

ISSN-2448 7317

revista somepso

SOCIEDAD MEXICANA DE PSICOLOGÍA SOCIAL



revista somepso vol. 5, num. 1, enero-junio 2020

REVISTA DE LA SOCIEDAD MEXICANA DE PSICOLOGÍA SOCIAL

El objetivo de esta revista es fomentar la reflexión, el debate y el diálogo al interior de la disciplina y fuera de ella al abordar diversos fenómenos sociales contemporáneos desde una postura crítica sobre la articulación entre los diferentes dominios de la actividad humana.

SOCIEDAD MEXICANA DE PSICOLOGÍA SOCIAL

Héctor Manuel Cappello García
Presidente Honorario

Manuel González Navarro
Presidente

Josué R. Tinoco Amador
Secretario Ejecutivo

Irene Silva Silva
Secretaria de Finanzas

Salvador Arciga Bernal
Secretario de Organización y Planeación

Jorge Mendoza García
Secretario de Relaciones Públicas

Juan Soto Ramírez
Secretario de Publicaciones

CONSEJO DE ASUNTOS ACADÉMICOS, DE INVESTIGACIÓN Y PROFESIONALES (CAAIP)

Pablo Fernández Christlieb
G. Elizabeth García Hernández
J. Octavio Nateras Domínguez
S. Iván Rodríguez Preciado
Eulogio Romero Rodríguez

COMITÉ EDITORIAL

Salvador Arciga Bernal (UAM-I)
Pablo Fernández Christlieb (UNAM)
G. Elizabeth García Hernández (UAM-I)
Jorge Mendoza García (UPN)
J. Octavio Nateras Domínguez (UAM-I)
S. Iván Rodríguez Preciado (ITESO-Occidente)
Eulogio Romero Rodríguez (BUAP)
Josué Tinoco Amador (UAM-I)

Editor responsable

José Juan Soto Ramírez

Asistencia editorial

Anuar Malcon Gomezrey
Gustavo Serrano Padilla
Diana Karen Espinosa Dimas
Alma Angélica Rodríguez López
Juan Emilio Montiel Leyva
Juan Carlos Arboleda Ariza

Portada



Imagen de libre acceso tomada de pixabay.
<https://pixabay.com/images/id-867229/>

Diseño: Alma Angélica Rodríguez López

Contacto de la revista

revistasomepso@outlook.com

Facebook



<https://www.facebook.com/somepsorevista/>

Twitter



<https://twitter.com/revistasomepso>



La Revista de la Sociedad Mexicana de Psicología Social (SOMEPSO) editada por la SOMEPSO está bajo una licencia [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Revista SOMEPSO, vol. 5, núm 1, enero-junio, 2020, es una Publicación semestral editada por la Sociedad Mexicana de Psicología Social AC, calle Altar 55, Col. Prados de Coyoacán, Delegación Coyoacán, C.P. 04810, Tel. (55) 58044790, ext. 6470, Página web <https://somepso.org> Correo electrónico: revistasomepso@outlook.com Editor responsable: José Juan Soto Ramírez. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2016-080311373900-102, ISSN:2448-7317, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de este número, Secretario de Publicaciones, José Juan Soto Ramírez, calle Altar 55, Col. Prados de Coyoacán, Delegación Coyoacán, C.P. 04810, fecha de última modificación, 23 de abril de 2019.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Sociedad Mexicana de Psicología Social.

ÍNDICE

Presentación <i>Anuar Malcon Gomezrey</i>	4-10
Artículo invitado	
Con el pensamiento en la mirada <i>Pablo Fernández Christlieb</i>	11-27
Artículos	
Ser nosotros: un 'sí mismo' entre lenguaje y relaciones <i>Ángel Magos Pérez</i>	28-47
La máscara de la feminidad: el desarrollo de la industria cosmética facial para mujeres y la configuración de la identidad social femenina <i>Santiago Bavosi y Laura Susana Díaz</i>	48-75
Disertaciones	
El tiempo de los jóvenes como instancia de la letra oscilante <i>José Sánchez Jiménez</i>	76-82
La comunicación intersubjetiva como refugio: esbozos para una comunicación prefigurativa <i>Juan Pablo Duque Parra</i>	83-95
Nuevos espectadores: revolución en la lucha libre mexicana a partir de la aparición del streaming <i>Patricia Celis Banegas</i>	96-109
Reseñas	
Migración y religión <i>Carlos Enrique Torres Monroy</i>	110-114
From notes to narrative: writing ethnographies that everyone can read <i>Iván Flores Obregón</i>	115-119
Alcances de la Psicología <i>Joel Zapata Salazar</i>	120-123
Estéticas del Rock I, II y III <i>Gerardo León Barrios</i>	124-127
Normas de publicación	128-131

Presentación

Anuar Malcon Gomezrey¹

Publicado: 23/04/2020

Tal vez esta sea la presentación más aburrida que se podrá encontrar entre las que comienzan los diferentes números de esta revista. No tiene ninguna reflexión interesante sobre la labor de la escritura, del escritor como figura enigmática, de las diferentes versiones de escritores, ni nada por el estilo. Es más, ni siquiera tiene un análisis interesante sobre algún autor, y mucho menos una dilucidación relevante sobre los tiempos en que vivimos. Tal vez la ausencia de ideas sugestivas con las cuales elaborar una introducción a esta publicación se deba a lo tedioso, apabullante y aturdidor que, al día de hoy, resulta la presentación de información. Con un ritmo vertiginoso e ininterrumpido, las noticias sobre los acontecimientos actuales saltan en las pantallas, pequeñas y grandes, y en las conversaciones, digitales y presenciales. Ante la mirada y la escucha, no solo brincan las primicias, también el sinfín de opiniones y soluciones al respecto: todo suceso y acontecimiento es ineludiblemente acompañado de causas, razones, caracterizaciones, definiciones, determinaciones y un casi infinito etcétera por parte de quienes uno ni siquiera se imaginaba. Todos parecen ser expertos en todo, en absolutamente todo. No estaría de más recuperar la teoría de la generación espontánea para las ciencias sociales: de la nada brotan especialistas multifacéticos dispuestos a enseñar sobre cada asunto y rasgo de la vida contemporánea.

Afortunadamente los conocedores de punta, aquellos que están a la vanguardia en los temas del momento, echan mano de una multitud de personas, vivas o muertas, teorías, consolidadas o de dudosa procedencia, y fuentes de información, reales o ficticias, para enseñarnos sobre los caminos verdaderos y correctos que los legos no teníamos en cuenta. Por ejemplo, a un lado de Dios se encuentra Freud. En el olimpo de las indiscutibles certezas, el psicoanálisis ha tomado una silla junto a la religión. Y se rumora que un grupo de maestros franceses, liderados por cierto profesor sin cabello y con peculiares gafas, está en vías de ser destronado por un

¹ Estudiante de la maestría en Estudios políticos y sociales, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. Correo: anuarsol@hotmail.com

conjunto de intelectuales de diversas disciplinas y de diferentes nacionalidades que se dedican a cocinar sopas. Por otro lado, se llegan a oír murmullos sobre las intenciones de cierto movimiento pachamámico liderado por magnánimos profetas e integrado de fervientes creyentes que, a la par del anterior, busca un puesto en los cielos de la verdad. Por si fuera poco, no son solo corrientes intelectuales las que desean un sitio en tal firmamento. Hay personajes ficticios en busca de una posición catedrática. Dicen que ya estaban desde hace mucho tiempo, pero todavía no se sabe bien si las voces pertenecientes a las novelas televisadas son parte de este selecto grupo. Además, se murmura que un hombre escuálido, de risa siniestra y con el rostro maquillado está haciendo todo lo posible para entrar en el manantial de las verdades; dentro de su currículum tiene conferencias magistrales en facultades de psicología proyectadas mediante sus películas. Atrás de él hay una fila repleta de encantadoras figuras con CVs similares salidas de la fábrica del único ratón conocido en todo el mundo; no han llegado a los auditorios, pero sí a las aulas donde se enseña el comportamiento y la mente humana. Palabras más, palabras menos, estamos ante un templo bien abastecido de figuras humanas y animadas a las cuales recurrir en caso de necesitar afirmaciones preempaquetadas sobre las vicisitudes del universo entero.

Por si alguien ha sentido herida su sensibilidad, cabe aclarar que el problema no es la corriente o el autor ocupado al momento de opinar, sino la manera en que se les está utilizando. Por una parte, no hay mucha duda sobre el uso acrítico que se le está dando a lo leído y escuchado. En muchas situaciones de discusión se suele apelar a afirmaciones sin conocimiento alguno del contexto de dónde surgieron o del hilo argumentativo que las sostiene y mucho menos de los datos o las evidencias con que se sustentan. Asimismo, y por otra parte, el uso irreflexivo de la información llega a teñirse de moralismos; no basta con constatar lo que sucede, encima tiene que apuntar a dónde tendría que dirigirnos. Es común el declive de frases como “es” o “puede que sea así” ante el auge del “así debe ser y punto se acabó”. Los pseudoutopistas de discursos ‘críticos’ adolecen de mucho autoritarismo. Olvidaron la generación de conocimiento y ahora se dedican a profesar oraciones trilladas y gastadas, también a sorprender a cualquier ingenuo con la repetición de afirmaciones llenas de tecnicismos, todo ello bajo la idea de un supuesto futuro necesario para todos. Si se intenta discutir tal proyección del presente, entonces se es un conservador en contra del bienestar de la humanidad. Ante cualquier opinión contraria, ondean sus estandartes de la verdad y la justicia para intentar mostrar la oscuridad en que se encuentran quienes les discuten; la diferencia entre ellos y un superhéroe de película es el horario estelar. Los teóricos críticos de café y libro rojo en mano o los estudiantes con vocación de salvador se titularon en dogmatismo: sus conocimientos son los únicos que deben ser enseñados, todo lo demás es alienación y enajenación. Seguramente no quieren la silla de Freud, pero sí la de Dios.

Y si alguien sintió dolor por ver mencionado el personaje de su película favorita, pues haría bien en meditar porqué se citan para pensar fenómenos fuera de la pantalla. No hay duda de que el arte ha ofrecido y sigue ofreciendo interesantes metáforas para reflexionar sobre lo que observamos. Pero lo que llega a las salas de cine de nuestro centro comercial predilecto no es, en su mayoría, arte. Y a diferencia de las películas taquilleras, el arte, en gran parte y al igual que la ciencia, ha intentado ir más allá del sentido común en la elaboración de los objetos con los cuales intenta hablar sobre la actualidad. Tal proceso epistemológico no lo hacen las películas de animalitos y seres fantásticos, tampoco los comics o las caricaturas japonesas, al contrario, parecen proyectar imágenes y discursos que corresponden con y alegran nuestro sentido común; empatan sus opiniones con las nuestras y, le pese a quien le pese, este tipo de repetición no engendra pensamiento alguno. Todas estas caricaturas y personajes irreales no quieren la silla de Dios porque ya están instaladas en las aulas de muchas universidades y en las conversaciones de muchas familias y grupos de amigos.

Estos son solo dos ejemplos de las fuentes y las formas que los especialistas en todaología ocupan para hablar en público. No es nada innovador ni revolucionario, pero ante la marabunta de enunciados huecos valdría la pena detenerse y sopesar por un momento lo qué está sucediendo. En vez de vociferar, tal vez sería importante pensar. Frente a la velocidad de la información y la opinión, un poco de lentitud en la reflexión. Como un primer paso para tal propuesta, se ofrecen los artículos, las disertaciones y las reseñas de libro que podrá encontrar páginas abajo o descargando los correspondientes archivos. Si no se está de acuerdo con los textos, o con algo expuesto en ellos, se propone como segundo paso la siguiente serie de acciones: tomar asiento, volverlos a leer, pensar, redactar un texto que los contrargumente y, finalmente, mandar el escrito a esta revista. Claro está, no se aceptarán escritos de tres líneas o de ciento y pico de caracteres porque este estilo de redacción ya fue ganado por los todólogos y no nos interesa arrebatarnos tan ilustre medio. Pero sí se admitirán reflexiones de extensiones similares a las que usted leyó y con las que pudo no haber estado de acuerdo; confiamos en que puede redactar un texto de doce o más cuartillas. Sin duda alguna se apreciará la retroalimentación y la crítica. Para alentar el primer paso de esta sugerencia se presenta a continuación un breve panorama de los contenidos del número 1 del volumen 5 de la revista de la SOMEPSO.

La sección de artículos no tiene un tema en común ni un eje que los articule. Tal vez lo que sí comparten es un profundo interés por la teoría, a diferencia de la inclinación por llenar páginas con datos sin conexión alguna con el propósito del trabajo en cuestión.

Si hay que tener cuidado con uno de los artículos presentes en este número, es con el del psicólogo colectivo, Pablo Fernández Christlieb, titulado "Con el pensamiento en la mirada". Si bien el autor expone pensamientos diferentes en cada uno de sus textos, estos solo se entienden a cabalidad en *correspondencia* con los demás (puede decirse, como sugerencia para comprender el que aquí se publica, que de "Psicología colectiva un fin de siglo más tarde" hasta "Lo que se siente pensar", sin olvidar "La psique colectiva" y "La sociedad mental"). El artículo argumenta cierta noción del pensamiento como mirada. Ni uno ni la otra son razonados como entidades biológicas o cerebrales, no son procesos neurológicos o perceptuales. Antes bien, son entidades estéticas. Tal vez se podría decir, con un poco de temor a incurrir en la equivocación, que la mirada es contemplada como una forma estética del pensamiento. De tal manera, critica los conceptos de pensamiento de la teoría de la evolución, de la ciencia cognitiva y de la neurociencia, cuando discute la identificación que hacen entre humano y sobrevivencia, al mismo tiempo que pone de relieve sus similitudes y coincidencias con cierta ideología capitalista. Ante ello, y durante todo el texto, apela a una forma de reflexionar el pensamiento como lo que está en medio de todo (sí, así de abstracto), sobre todo en medio de aquello que cotidianamente entendemos por ciudad, y en la cual sitúa la mirada y la música o la musicalidad. En otro sentido, vale decir que es un pensamiento mayor, colectivo y no precisamente situado o sucedido entre las personas o los grupos, tiene más parecido a una atmósfera o aire que a un intercambio; en este tenor, el pensamiento no media, parece envolver.

El 'sí mismo' de raigambre individualista, lo que algunas de las veces suele llamarse identidad personal, es discutido y puesto en tela de juicio por el estudiante de doctorado en psicología social, Angel Magos Pérez, para insistir en un sí mismo, pero ahora en forma de un "nosotros", esto es, con un trasfondo hecho de relaciones y lenguaje. El artículo "Ser *nosotros*: un sí mismo entre lenguaje y relaciones" ocupa una buena parte en dar con las premisas y argumentos principales de ciertas versiones de la psicología social alineadas con el socio-construccionismo y, aunque no se menciona, con el giro lingüístico. Al mismo tiempo que hilvana tal discusión con interrogantes en torno al concepto de identidad personal para sugerir las guías que puedan pensarlo como un 'nosotros'; la tarea no es propiamente una reconfiguración, da la impresión de querer ser una sustitución de términos. Pareciera que quiere intercambiar la rigidez y las herencias biologicistas que acarrea el término de identidad, por una recuperación, que varias disciplinas sociales y humanísticas han puesto de relieve, del movimiento y fluidez de las relaciones y situaciones sociales ancladas espacial, temporal, histórica y culturalmente para pensar nuestro ser y estar en el mundo.

Santiago Bavosi y Laura Susana Díaz, en su artículo "La máscara de la feminidad: el desarrollo de la industria cosmética facial para mujeres y la configuración de la

identidad social femenina”, subrayan dos dimensiones sociales involucradas con la configuración del rostro como parte de la identidad femenina, a saber, el orden de la interacción y el ámbito económico. Con una amplia y profusa bibliografía y a partir de una contextualización histórica, hablan sobre los sentidos sociales de las prácticas cosméticas y su relación con la forma en que las mujeres se muestran ante los demás en términos de las “máscaras” que ocupan y presentan. A su vez, discuten como una de las razones de la amplitud y generalidad del fenómeno el empuje que la industria cosmética ha tenido y tiene sobre tal ideal de belleza mediante una multitud de productos para el rostro vendidos, en parte, gracias a los imaginarios sobre la apariencia con los cuales se ofertan tales bienes.

La sección de disertaciones sí parece tener un punto en común que abarca tales ensayos. Todos presentan cierta insistencia en situar los fenómenos de interés en nuestro preciso contexto histórico que, en cierta medida, está moldeado por el uso de tecnologías de información con las que la comunicación tiene matices diferentes a aquella sucedida, por decirlo de alguna forma, presencialmente. En tal circunstancia de interacción, posicionan temas como la juventud, la política y el deporte para hablar y discutir de muchas otras temáticas.

El antropólogo José Sánchez Jiménez presenta, con su disertación “El tiempo de los jóvenes como instancia de la letra oscilante”, ciertas notas para pensar y escribir sobre la juventud a partir de un ensayo con, lo que parece ser, una invitación a leer la obra de Jesús Martín Barbero. Las disquisiciones giran en torno al carácter inaprensible de las categorías con que otrora se pensaba el mundo y sus diferentes fenómenos. Las reflexiones se sitúan en los cambios acontecidos en las dimensiones temporales y espaciales de nuestra actualidad, tales como la velocidad o la casi nula pertenencia al territorio del estado nación. Es así como razona, por ponerlo en pocas, aunque insuficientes palabras, en el terreno de la semiótica sobre la informatización de la sociedad y los vínculos electrónicos para avanzar notas sobre una noción de la juventud más allá de sus definiciones estáticas y atemporales.

En la disertación “La comunicación intersubjetiva como refugio: esbozos para una comunicación prefigurativa” de Juan Pablo Duque se muestra o, como lo sugiere el título, se esboza un esfuerzo por comprender y dilucidar ciertas directrices de la política actual, pero no la de las instituciones, sino la de las personas a pie de calle o con los medios digitales en las manos. A partir de notas sobre diferentes aportes importantes para la teorización de la comunicación desde algunas ciencias sociales, con aclaraciones propias de la filosofía; la consideración de la comunicación con conceptos como modernidad, hipermodernidad y mercancía; y la reflexión de esta misma como un refugio, se piensa la espera y la prefiguración como fenómenos comunicativos del ámbito político: el orden y la ruptura.

Patricia Celis Banegas presenta, con su disertación “Nuevos espectadores: revolución en la lucha libre mexicana a partir de aparición del streaming”, un análisis

de la interacción entre aquellos que integran el deporte y espectáculo de la lucha libre mexicana y sus espectadores en función de diferentes medios tecnológicos que han participado de su difusión. Deja en claro que cada forma de mirar la lucha libre crea diferentes interacciones: asistir a una arena no es lo mismo que ser un espectador desde las redes sociales digitales. Pero esto no significa una disminución del valor de la lucha libre, sino la creación de nuevas interacciones entre los aficionados y sus héroes.

La sección de reseñas de libro no tiene en torno a punto en particular, de hecho, los libros que refirieron son muy diferentes entre sí: migración, etnografía, psicología y rock son algunas de las cuestiones que motivaron la redacción de los libros comentados. Lo que sí parecen compartir es el agrado por escribir para que algún potencial lector se ponga a discurrir sobre el tema que interesó al autor de la reseña.

Carlos Enrique Torres Monroy reseña el libro "Migración y Religión" coordinado por Amílcar Carpio e Yves Solis. El conjunto de textos fue editado por la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México con la colaboración de la Comisión para el Estudio de la Historia de la Iglesia en América Latina y el Caribe (CEHILA). Los trabajos no sólo se detienen en una idea común sobre la migración: el tránsito de personas de un punto A a uno B. Sino que parecen reparar en diferentes experiencias migratorias ocurridas ya sea en el lugar de origen, en el de destino, así como en el mismo tránsito y hasta en algunas de retorno. El ámbito teórico, en general, está centrado en los entornos colectivos que participan en la configuración de las diferentes vicisitudes de la migración y, de esta forma, las disciplinas ocupadas son cercanas a la historia cultural, la psicología colectiva y la teología con una perspectiva de derechos humanos.

Iván Flores Obregón, estudiante del posgrado en Ciencias Antropológicas de la UAM Iztapalapa, se pregunta, a grandes rasgos, ¿cómo organizar la información recabada en el trabajo de campo en un texto claro que muestre la profundidad de lo observado? Para sugerir una respuesta a tal indagación reseña el libro "From notes to narrative: writing ethnographies that everyone can read" de Kristen Ghodsee. Aquí parece haber un argumento central: la escritura, en las ciencias sociales y humanas, particularmente en la etnografía, tiene que ir más allá de los círculos académicos y llegar a otros públicos, como los interlocutores o quienes simplemente no son científicos, a través de textos más cercanos a la narración, que al reporte "objetivo".

Joel Zapata Salazar, profesor de la Universidad Autónoma de Coahuila, reseña el libro titulado "Alcances de la Psicología" coordinado por Iris Rubi Monroy y Karla Patricia Valdés. El texto en cuestión es fruto del trabajo de distintos miembros del Consorcio de Universidades Mexicanas (CUMex) quienes, a través de la Catedra en Investigación en Psicología "Julietta Heres Pulido", se dieron a la tarea de evidenciar el aporte de los profesionales de la psicología. Las inquietudes e indagaciones

gravitan en torno a diferentes preocupaciones de la disciplina psicológica con la realidad actual, así como consigo misma: el desarrollo infantil y las instituciones; la formación de los psicoterapeutas; la historia de la psicología educativa; el amor romántico y la violencia de género; la construcción de la identidad y la violencia; la psicología de la salud y la política pública; y el afrontamiento del cáncer desde la subjetividad.

Finalmente, Gerardo León Barrios comenta no uno, sino tres libros. En su reseña "Después de 'Estéticas del Rock'. Sentir, mirar y pensar el rock en los siglos XX y XXI" habla de una trilogía de libros monográficos coordinados por Héctor Gómez Vargas: "Estéticas del rock", "Estéticas del Rock II. Los siglos del Rock" y "Estéticas del Rock III. Después de las culturas del Rock". En estos un grupo diverso de personas, a partir de seminarios, se puso como interrogantes ¿Qué nos ha hecho el rock?, ¿Qué hemos hecho con el rock? y ¿Qué hereda el rock a sus culturas y sus nuevas prácticas? para pensar tal fenómeno musical desde una perspectiva sociocultural y con miras a dilucidar lo que se es como sociedad e individuos a partir de vivir este género, ya sea como actores de tal música o como su público.



Presentación por Anuar Malcon Gomezrey se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

CON EL PENSAMIENTO EN LA MIRADA

* * *

THE THOUGHT IN THE REGARD

Pablo Fernández Christlieb¹

Sección: Artículos

Recibido: 03/02/2020

Aceptado: 24/02/2020

Publicado: 23/04/2020

Resumen

El presente texto intenta, a modo de ensayo, argumentar que el pensamiento es una entidad visual, no localizado en el interior de los individuos, sino en una zona indeterminada entre éstos y los objetos. A esta zona se le denomina Mirada. El pensamiento colectivo es aquella mirada que flota en el espacio de la ciudad (se argumenta asimismo que la teoría de la evolución, la ciencia cognitiva y la neurociencia no sirven para estudiar al pensamiento colectivo).

Palabras Clave: psicología colectiva, ciudad.

Abstract

This paper attempts to argue that thought can be considered as a visual entity, which is not located nor within individuals neither in the objects out there, but in that indeterminated zone in between, which can be called Regard. Collective thought would be primarily the environmental zone of cities (however, it is argued as well that evolutive theory, cognitive psychology o neuroscience, are not useful to deal with this kind of thought).

Key words: collective psychology, city.

¹Profesor titular C de la Universidad Nacional Autónoma de México de la Facultad de Psicología. Correo electrónico: pablof@unam.mx

Con el pensamiento en la mirada

I

El pensamiento es un fantasma: algo que se ve, pero no está ahí, o que está ahí pero no se ve, como los buques fantasma, como los miembros fantasma (el brazo amputado del soldado que sigue haciendo cosquillas en el meñique), como el fantasma que recorría Europa, como El fantasma de los Canterville, que son puro pensamiento. También como los sueños, los que se tienen en la noche y los que se tienen en la vida, porque como dice Schopenhauer, "las visiones de fantasmas son entonces una clase de imágenes con significado intuitas por el órgano de los sueños y en estado de relativa vigilia. Un perfecto sueño en la vigilia" (citado por Aquileana, 2016). Las más de las veces el pensamiento aparece como la ocurrencia repentina de un resplandor, como una especie de sombra de luz entre las sombras, como La Llorona, como si las cosas oscuras, los muebles negros en mitad de la noche y cosas así, proyectaran una silueta de luz, pero por lo común uno no acaba de saber de qué es el fantasma, si de un barco, de un deseo o de una respuesta, porque desaparecen, por eso parecen sábanas que flotan en el tendedero; cuando se alcanza a distinguir de qué es el fantasma, es que el pensamiento logró sintetizarse o condensarse en una idea, que es un pensamiento más preciso que el resto del pensamiento.

Es normal que uno ya se haya acostumbrado a la presencia de sus pensamientos, de sus ideas, de sus ocurrencias, y por eso ya no le sorprenden esta clase de fantasmas, que da por hecho y ni siquiera les concede realidad (cuando a uno lo pescan embobado y le preguntan que qué piensa, que qué ve, puede responder muy bien "fantasmas"), pero históricamente o prehistóricamente, los primeros vislumbres de la conciencia, de algo que se veía en medio de la espesura, a la hora del crepúsculo, pero que no era árbol ni piedra ni conejo y que entonces no estaba exactamente ahí donde se le localizaba, debe haber causado estupor y pánico. A los niños todavía se les aparecen sus ideas, pobrecitos, aunque a veces hasta hablan y juegan con ellas, como los amigos imaginarios o los laberintos que encuentran en medio de las patas de las sillas del comedor y siguen creyendo que no son pensamientos sino cosas materiales. Una prueba de la sorpresa mayúscula de que haya algo real sin que se vea o de que sí se vea, pero no sea real, es que de ahí vienen todos los inventos de todos los dioses, ángeles, duendes, trastos, hadas, porque en efecto, Dios es un fantasma. Ya cuando los tratan de hacer de carne y hueso, de barro y piedra, de ponerles forma y figura y localización, se llaman ídolos, y son falsos; o se llaman tal vez ideologías y son falsos no porque los dioses no sean verdaderos, sino porque hay que aceptar que los pensamientos no se pueden atrapar. Hoy en día, el cerebro ha de ser el ídolo del pensamiento.

Lo que cabe resaltar de Schopenhauer en su ensayo sobre los fantasmas, es su pleonasma de son "visiones de imágenes", con lo cual no queda duda, porque las imágenes se ven y las visiones también, aunque hay algo en la frase que da a

entender que los demás no están de acuerdo, que ni el amigo imaginario del niño esté ahí ni que Dios exista, que es lo que se quiere decir cuando se habla de imaginaciones, que alguien ve imágenes que no están ahí, o si están ahí no se ven. Ciertamente, pueden definirse a las imaginaciones como imágenes que no tienen soporte físico, es decir, que no son de carne y hueso, ni materiales, ni fotografías, ni pantallas, ni nada, no obstante, uno las ve, pero, por carecer de soporte, quien las ve no puede hacerlo con los ojos sino con la imaginación, que ha de ser la capacidad de ver imaginaciones.

Ahora bien, hay un asunto extremadamente idolátrico respecto al pensamiento y la imaginación que es suficientemente falso o por lo menos nada verdadero, y es que esas cosas, barcos, ideas, Lloronas, están dentro de la cabeza o en el cerebro: puede que un barquito de papel sí quepa dentro del cráneo sabiéndole hacer lugar, incluso sin tener que remover el cerebro, pero los barcos fantasma que alucinamos son enormes y navegan en las noches de tormenta en el Mar de las Antillas y así sucesivamente cualquier cosa que se imagine. Frente a tanta idolatría o publicidad científica que asevera que las ideas las tenemos dentro de la cabeza habría que oponerle tantito sentido común de diario, de ése con que comprendemos la vida cuando no nos queremos sentir expertos ni nos tragamos la información de lo que los científicos del MIT han demostrado. Eso que vemos con la imaginación, jamás de los jamases está dentro de la cabeza: en la cabeza sí hay algo, muy interesante, también los ojos, pero no las imágenes, ni las imaginaciones, ni el pensamiento. Los psicólogos científicos son ingenuos, pero no inocentes, pero la gente es inocente pero no ingenua, y en efecto, con un poco de inocencia sin ingenuidad se puede afirmar que cuando uno piensa, por ejemplo, en la cara más bonita que haya conocido, o piensa cómo construir un puente, o se le ocurre la idea para escribir una carta, o se acuerda de una canción, aunque cierre los ojos, estos objetos se le presentan en alguna zona incierta indeterminadamente enfrente de uno, medio suspendidos en el aire. Por eso los fantasmas flotan. Incluso, cuando uno piensa en sí mismo, que se supone que lo trae dentro, como en la autorreflexión, uno se puede ver a sí mismo de cuerpo entero, ya que, como dicen los psicólogos sociales, uno se pone a sí mismo como objeto, y, por definición —objectus: “puesto delante”—, los objetos están enfrente; de igual manera, cuando uno sueña consigo mismo, se ve a sí mismo como fuera de sí mismo, como un actor o un protagonista medio teatral del sueño mientras el que lo sueña es el espectador o el público. Incluso, piense en su cerebro, y el cerebro que se imagina no está dentro del cráneo, sino que lo alucina medio flotando, hasta girando como holograma, frente a uno, como si se hubiera salido de su cueva para verlo, que es más o menos como aparece en la foto de las revistas y en las portadas de los libros de psicología. Expresado más académicamente, uno puede preguntarse por qué a este dato no se le permite científicamente que valga por sí mismo y se le estudie como tal, sino que siempre tenga que ser reducido a otra cosa, a cualquier otra con tal de que pueda ser

medida y verificada: por qué no se respeta al pensamiento en su complejidad intrínseca y se le tenga que reducir a la química o a la información.

II

En resumen, lo que se puede decir de los fantasmas, que son básicamente visiones, se puede decir igual del pensamiento, que tampoco se puede atrapar, porque cuando se le atrapa (con definiciones, datos, diagramas, coordenadas, etc.), ya no está ahí. Asimismo, el pensamiento se ubica enfrente: no quien lo piensa, no lo que lo produce, sino el pensamiento mismo, la imagen, independientemente de todas las causas, mecanismos, órganos y lo que sea. Los pensamientos se ven, por lo menos desde Aristóteles que dijo "cuando se contempla intelectualmente, se contempla a la vez y necesariamente una imagen" (citado por Gonzáles de Luna, en: King et al., 2014, p. 120).

Es fácil no estar de acuerdo con esto, porque muy bien se puede decir que entonces los pensamientos también se tocan, como cuando uno toca el agua de la tina y piensa lo fría que está, o se gustan, como cuando uno prueba el café y el pensamiento que tiene es el de lo amargo, o se huelen como cuando huele a pino dentro de la casa y se acuerda de la navidad, o más bien de que venden un detergente con olor a pino. Sin embargo, la diferencia con la mirada es que estos pensamientos se sienten con el cuerpo, es decir, que algo repercutió materialmente en la nariz o en la lengua o las yemas de los dedos, mientras que cuando se mira no se puede decir que se siente algo en los ojos, excepto con alguna lampareada violenta, como de luz de soldador. Lo que se puede concluir de esto es: primero, que no hay diferencia entre pensamiento y sentimiento, porque lo que se mira se siente, aunque no se toque, de modo que los sentimientos también se piensan y los pensamientos se sienten; y segundo, que se trata ésta, la de las percepciones, de una psicología que es individual.

Además, los pensamientos también se dicen, se hablan, se conversan, de hecho, la identificación entre discurso y pensamiento es muy fuerte, al grado de que se considera que alguien piensa por lo que dice o escribe (Shotter, 1993; Íñiguez, 2003a). Ciertamente ésta se trata de una psicología que es social. Sin ninguna duda, ambas son muy interesantes y siempre habrá alguna cosita que se les pueda robar, pero aquí, la pretensión no es estudiar ni el lenguaje, ni la percepción, ni el pensamiento individual, ni el pensamiento social, sino algo que se puede denominar como el pensamiento colectivo y que al parecer se localiza en una zona de la realidad que se le puede llamar la mirada, que no se toca, que no se dice, que llega muy lejos, hasta el horizonte y hasta la imaginación, y que a la gente no le interesa. A la gente le interesan sus fantasmas y sus ilusiones, pero no el pensamiento: sí las cosas que ve, pero no la mirada en sí misma, porque no se ve. Esto ha de ser la psicología colectiva, la que ve la mirada que flota entre las cosas y las gentes sin que sean los ojos de nadie los que la están viendo: "se borra entonces la distinción entre el observador y lo observado y queda la observación que unifica la conciencia con el objeto"; esta cita de José Luis Díaz (2007, p. 79)

sacada de su contexto, se puede colocar en éste, y queda muy bien. Es una mirada que tiene la forma de la música.

Se le denomina mirada a esa zona incierta demasiado transparente hecha como de aire o de espacio o tal vez de tiempo, que anda en medio de la ciudad, en mitad de la realidad, que vibra, que tiembla, que se tensa, que choca, que rebota, que danza, que subeibaja, que vaiviene, que resuena, que reverbera y que no consiste en las cosas vistas, sino en lo que hay entre ellas, que es más invisible. Es tan inevitable, tan fundacional en todas las culturas que siempre se ha intentado hacerle un monumento y se coloca en el punto donde se supone que está: un obelisco como el de la Plaza de la Concordia, de la de San Pedro, en una flama perenne, en un astabandera, en una fuente, en un kiosco como en los pueblos, en un Zócalo como en la Ciudad de México, o algún fundador a menudo montado a caballo, quien, puesto que mira, representa algo así como el ecuestre punto de vista desde donde ha de ser vista la ciudad. Para empezar, nadie puede tener ese punto de vista, porque ya está ocupado por un obelisco, y para acabar, sólo los turistas voltean a verlo, mientras que los ciudadanos anda viendo para cualquier otro lado; lo más interesante no es tanto el astabandera o lo que sea que esté allí, como el espacio que tiene alrededor, es decir, la plaza bordeada de edificios: es en el hueco, en el aire que está entre el punto de vista y los límites de la plaza, justamente ahí donde no hay mayor cosa que ver, donde se encuentra la mirada, el pensamiento. Lo que se supone que hay ahí es el pensamiento colectivo: no el de los individuos o los grupos ni el de nadie, sino el pensamiento de la ciudad o la sociedad. El pensamiento colectivo habita esa zona donde todo es más que nada, pero menos que algo.

La cultura occidental, desde los griegos hasta Nietzsche por lo menos, ha escogido a la mirada como forma del pensamiento por razones que tienen que ver con el arte (Cfr. Bayer, 1961, *passim*), ya que para mirar una pintura, una escultura, la arquitectura, y otras cosas tan bonitas como la gente, se requiere establecer una distancia (lo mismo sucedería con el discurso y con la música, pero se trata de distancias mucho más cortas), una separación, de manera que a uno la cosa no lo toque, no le llegue, no lo mueva, porque el contacto no es físico, sino inmaterial, espiritual si se quiere, de modo que lo que se siente cuando se mira no se siente con el cuerpo, asunto todavía un poquitín animal, sino, por decir, con el alma; o dicho mejor, no se siente el sentimiento, sino lo que se siente es el pensamiento. En efecto, la mirada es una zona estética. Estético es aquello que se siente, pero no se siente con el cuerpo. Con el lenguaje sucede algo similar, porque cuando alguien lee algo que le gusta mucho, siente enormidades, pero no hay ninguna parte del cuerpo que lo resienta, por lo tanto, ese gusto, no está dentro de uno, como un picor en la lengua, sino enfrente, como un fantasma. Por supuesto, con la música, donde uno es llevado, transportado, elevado, ascendido y otras cosas igual de aéreas sin moverse del sillón. La diferencia con la mirada es que de por sí ya cortas, las distancias todavía se pueden reducir más: la música se puede bailar, el lenguaje se puede alterar, enojar o exultar, y no es muy común

que alguien pegue brincos de pasión frente a La Piedad, o por lo menos puede disimular mejor.

Hay una razón que tiene que ver con la ética y con la actualidad para preferir la mirada y elevarla a pensamiento, así colocarla en un nivel estético. Si durante los siglos XIX y XX había que defender a la emocionalidad y afectividad de la aplanadora de la racionalidad científica y el intelectualismo, además había que declarar que también sentimos. Para el siglo XXI, las emociones y los sentimientos se han vuelto una muy vendible mercancía y una justificación anti-intelectual del capricho, del espasmo, en donde la única razón de todo es porque se siente y la gente compra cualquier porquería porque la publicidad le azuzó la emotividad, o defiende cualquier postura o despropósito con el único e incontestable argumento de que "así lo siento", "yo siento que es verdad", y ya en el colmo de la cursilería, "ése es mi sentir", como si sentir fuera un sustantivo de ésos que les gustan tanto a los científicos (o sea que la cursilería es cientifizoide). Contra ello, hay que plantear una afectividad o sensibilidad que no se halle en las emociones básicas biológicas instintivas animales, sino que se encuentre en la urbanidad, en el pensamiento, en la razón, en el argumento, en el lenguaje, en las ideas.

Esto es lo que planteaba ya Schiller al propugnar un "estado estético", que era un estado mental, un estado político, y un estado de gracia, donde la razón y la vida no está situado ni en el lado de la calcinante emotividad ni en el lado de la gélida intelectualidad, sino en el sitio de en medio, donde está el pensamiento sensible, la razón sensible, la sensibilidad sensata. Desde esta perspectiva de la mirada, lo que desde una localización individual está en contacto con el cuerpo, se aleja, toma su distancia: el tacto, el gusto, el olfato, adquieren cualidades de mirada. Efectivamente, el tacto se puede tocar, pero el tacto también se ve, o dicho al revés, el mundo de la mirada también se toca, pero con la vista, como en los museos, que no dan permiso de tocar las esculturas, y no obstante uno puede sentir la suavidad de las pieles, de los drapeados, con la mirada, sin necesidad de engrasar el mármol con los dedos, y sin la necesidad de que lo regañe el vigilante.

III

Ha habido, en su última etapa, desde los años setenta del siglo XX, una psicología de izquierda, con toda razón porque el estado de cosas no podía seguir así, por lo común una psicología social, descontenta con la sociedad en que vivía y descontenta con la propia psicología social, que pretendía transformar la sociedad, cargada de ánimos y esperanzas. Por eso aparecieron las psicologías políticas, las psicologías comunitarias y las psicologías de la liberación, o la psicología poscolonial o decolonial. Todas, ciertamente, bastante latinoamericanas, quizá porque por este continente andaba el futuro agazapado, un poco guerrillero. Pasadas todas estas décadas, el futuro ha resultado igual y a veces peor, tal vez porque el neoliberalismo electrónico ha sabido vender como mercancía de consumo hasta lo que se opone a él y ha sabido convertir todo en desigualdad.

Las psicologías de izquierda, siempre militantes, nunca reductibles, persisten, seguramente con el ánimo y la esperanza, ya un poco achatados, en sus intenciones y sus tareas, no exactamente críticas sino más bien radicales (Íñiguez, 2003b), con el dedo en el renglón y los puntos sobre las íes, quizá ya más como inercia de vida que como afán de cambio, pero tal vez hoy no sería un mal día para aceptar que como transformación, como cambio, como sociedad nueva, no han logrado mucho y sí han logrado poco, que por lo tanto, algo les falló. A la mejor hay que volver a pensar a la psicología social y a la realidad, esto es, volver a hacer teoría. A la mejor lo que falló es que se intentó transformar la realidad objetiva sin transformar la conciencia. Es por lo menos propio de psicólogos asumir que para hacer otra sociedad necesitamos otra conciencia. Entonces a la mejor lo que falló fue que pensaron en la conciencia individual, la conciencia grupal o incluso la conciencia social, siendo que, al parecer, la sociedad tiene todavía otra conciencia más grande, tan grande como ella misma y como uno anda nadando en ella como pez en el agua, según decía McGuire (1972), nada más la respira, pero no la ve, de lo que se trataría es de verla. Esta conciencia es la mirada, o sea, pues, ver la mirada.

Hacer teoría es obtener permiso de equivocarse, porque no pasa mayores y porque mientras tanto es muy interesante. La manera que aquí se propone de equivocarse es la siguiente: como ya se dijo, se puede partir de que el objeto, tarea, realidad o campo de toda la psicología es el pensamiento o el conocimiento: cómo se hace, de qué está hecho e, inevitablemente, qué produce, cuáles son sus pensamientos o ideas. Se sabe que el pensamiento de los individuos es un pensamiento; se argumenta que las conversaciones, los discursos, los textos, todo lo compuesto por lenguaje, la retórica (Billig, 1987), es un pensamiento. Siguiendo así, se puede asumir la siguiente aseveración: la realidad es un pensamiento, lo cual es tan abstracto que suena a puro idealismo: dándole un poquito más de concreción: la sociedad es un pensamiento, pero para que no sean los miembros o agentes de la sociedad los que piensan, y para que se vea que efectivamente puede verse: la ciudad es un pensamiento; no es que los edificios, las calles y los faroles piensen, pero sí que forman parte de un pensamiento, que no es el de los individuos, ni es el de los grupos, sino otro, que hay que averiguar o aventurar. Ésta sería entonces la otra conciencia que se necesitaría transformar para hacer otra sociedad.

IV

Antes la gente de la calle identificaba a toda psicología con el psicoanálisis; ahora con el cerebro, todas las portadas de los libros y los carteles de las conferencias, aunque sean de psicología educativa o empresarial o mística, traen un dibujo del cerebro que aparece ya más veces que el logotipo de Coca-Cola. La diferencia rara de épocas es que antes todo el mundo le temía al inconsciente oscuro y ahora todo el mundo le confía su voluntad al cerebro esclarecido por los datos siempre "descubiertos", siempre "demostrados" por los científicos. El cerebro es

un ídolo hecho de cantidades: 86 mil millones de neuronas y 430 millones de sinapsis hacen prosternarse a cualquiera, aunque no sepa qué es una sinapsis, ni qué quiere decir prosternarse. A sus científicos les gusta hacer “experimentos mentales” del tipo de: “imaginemos a un hombre en una isla desierta que se está muriendo de hambre” (P. King et al., 2014, p. 183); y otras desverosimilitudes como: “podemos imaginar una criatura que no tuviera un sistema orientado a la acción” (P. King et al., 2014, p. 194), que lo único que da a pensar es que hay algo de infantil en esa celebridad del cerebro —hay algo de publicidad—, la misma que se tiene con los avances tecnológicos de la industria digital.

En conjunto, el aparataje científico que se está chupando a todas las psicologías está compuesto por las neurociencias, las ciencias cognitivas, que son la última palabra, y por la teoría de la evolución, que es el *deus ex machina* que baja cuando todo falla, en especial cuando se pregunta por qué y para qué es verdad toda esa parafernalia: según estas tres disciplinas, el cerebro es una máquina súpercompleja que sirve para procesar información en un medioambiente natural con el fin de asegurar la supervivencia. Es un cuento de la selva según el cual esto es todavía la jungla, lo que, por un lado, salvajiza toda idea de ser humano, y por el otro simplifica demasiado toda la violencia y la injusticia, porque, según esto, el mundo actual de los halcones financieros es una especie de naturaleza salvaje en la que hay que traer las garras afiladas para ser elegidos por la misteriosa selección natural que aún opera en Wall Street. Cuando un científico habla de esto y dice que “los sistemas de este tipo son altamente eficientes y exitosos en la producción de acciones que hacen probable nuestra supervivencia” (P. King et al., 2014, p. 192), no se distingue del lenguaje empresarial, porque hoy, aún, siglo XXI, “el cerebro se ocupa principalmente de evitar que el individuo sea devorado por un depredador” (Punset, 2006, p. 139: en efecto, niños jugando a las islas desiertas y otros reality shows), idéntico que a principios del cuaternario. Para ser tan contemporáneas, las ciencias del cerebro todavía no se han dado cuenta de que ya existen, por ejemplo, las constituciones o los modales en la mesa y de que no es lo más habitual que alguien sea devorado por un lagarto.

Intrínsecamente, esto es, como un razonamiento que importa por sí mismo, el conjunto de estas neurociencias cognitivas es verdaderamente interesante, casi se diría, un ejemplo de cuando la ciencia hace honor a su nombre, igual a cuando hace astrofísica o matemáticas, que no es cuando quiere hacer negocio o ideología o publicidad. Sin embargo, no sirve para concebir un pensamiento colectivo, porque se encuentra a un nivel muy diferente, y entre ambos hay una discontinuidad, un quiebre, una ruptura, que hace que no se esté hablando de la misma realidad. Después de los animales, cuando aparece el ser humano, allí hay una discontinuidad, donde no se puede pretender que se sigue hablando de lo mismo y no son extrapolables. Una discontinuidad es el punto donde comienza otra vez la realidad. Lo humano, la conciencia, o el pensamiento, son la realidad de nuevo, y no la continuación de la realidad anterior (que, no obstante, sigue

existiendo y sigue presente: nadie dice que la evolución no funcione para entender a los animales o a las plantas —aunque no a las piedras y a los elementos—, pero hasta ahí es donde hay que quedarse para no desvirtuarse), en tanto realidad, es la suya propia no proveniente de ninguna otra, sino de nuevo; y las realidades surgen, no estrictamente de la nada, pero sí de sí mismas. No se vale explicar una realidad por otra o por la anterior; no se vale comprender al ser humano por la competencia por la sobrevivencia. La realidad de la cultura, de la historia, no se puede explicar por ni reducir a la realidad de las hordas homínidas comiendo lo que encuentran o lo que matan. Es propio del pensamiento encontrar similitudes —los pensamientos con los fantasmas—, pero similitud no quiere decir causalidad, sino solamente que el pensamiento busca analogías. En estas tres disciplinas se detecta el desnivel.

Tomar al cerebro como sustituto del pensamiento es muy tentador, por lo exuberante de sus componentes y lo abigarrado de sus funciones, porque al mismo tiempo, es una cosa que sabemos dónde está, entonces es un alivio decidir que esa cosa es lo que piensa, aunque todavía no se le conozca bien, ya se le puede tener entre las manos. En rigor, con toda justicia, puede afirmarse que el cerebro es un bonito modelo del pensamiento: un modelo es algo que no es el pensamiento pero que se le parece. Curiosamente, el cerebro también se parece a una ciudad, con sus sectores, zonas, callejuelas, callejones sin salida, en una cartografía de laberinto. Existe el barrio de los ferreteros y la zona del lenguaje hablado. Si el cerebro es una ciudad, entonces la ciudad es un cerebro, dicho de otro modo, ciertamente, la ciudad también es un modelo del pensamiento, algo que se le parece. Pero la diferencia es que en el cerebro no cabemos, ahí no hay nadie, ni siquiera uno mismo, porque ahí no cabe. Si con uno de esos infantiles experimentos mentales que copiaron de los físicos teóricos y que los hace sentir tan serios a los científicos cognitivos, éste, el científico, se hiciera de tamaño atómico y se metiera dentro del cerebro, tampoco encontraría ningún pensamiento, y a la mejor algún impulso nervioso lo electrocutaría; o sea, que ahí no estamos nosotros ni tampoco está la mente, como ya lo han argumentado hasta la saciedad los filósofos analíticos de la mente (Cfr. Vgr. Kenny, 1989, p. 60), toda vez que, ciertamente, ahí está la ruptura, algo que no se puede tratar de la misma manera porque pertenece a otra realidad, y que, conscientes de ello, los neurocientíficos denominan “el bache explicativo” (the explanatory gap), que refiere a que no se puede decir cómo el cerebro produce la mente o los pensamientos, ni se puede saber, viendo el cerebro, en qué está pensando alguien, por lo que, en efecto, no procede identificar cerebro con mente.

Si se les apura, a las ciencias cognitivas, sitúan la mente en el cerebro (el hardware del software), aunque no lo hicieran, la conciben como un procesador de información que recibe del y envía al cuerpo informes gracias a los cuales se mueve. Así, esta mente es, pues, un mecanismo automático. Pero no es alguien: almacena información, pero no conoce; aprende, pero no sabe. Saber y conocer —y ser alguien—, implica, en el idioma cotidiano, sentir, esto es, que el cuerpo se

agite al unísono, coextensivamente, con la información, que la información fuera cuerpo y el cuerpo información, eso sí sería saber y conocer, como sucede con los gestos de las gentes, que cuando sonríen no solamente envían información de la alegría, sino que esa sonrisa es en sí misma alegre, la alegría misma, de la cual la persona, uno mismo, se entera, no porque reciba datos al respecto, sino porque sonríe, de paso se entera que es uno mismo el que está alegre con todo su cuerpo y se entera que su cuerpo es uno mismo. Si deja de sonreír para ponerse a explicar que está contento, deja de estarlo. Al parecer, la mente de las ciencias cognitivas es capaz de recabar información del medioambiente y del propio cuerpo, e incluso recabar información del propio proceso de recabamiento, esto es, de informarse a sí misma de lo que aprende y de utilizarlo para subsecuentes aprendizajes, como las computadoras que mejoran en su juego de ajedrez, lo cual es muy inteligente. Pero, otra vez, tampoco hay nadie, por eso nunca han llevado a una computadora a juicio por los fraudes cibernéticos que ejecutó ella sola sin que nadie le ordenara, ni se aceptan recetas médicas escritas por una computadora: ahí, en esa mente, no está uno mismo ni ningún alguien que lo sepa, de forma que no hay autoconciencia -ni culpable-, porque ésta es un cuerpo que se conmueve a la par que sus pensamientos, uno que resiente su cuerpo tremulado, y no un mero feed back, información remitida a quien la emite. Por estas razones de discontinuidad de cerebro con mente y de mente con autoconciencia, con algún yo que ande por ahí, por mucho que sean interesantes en sí mismas, intrínsecamente, no pueden servir para la concepción de un pensamiento colectivo.

Es un mundo muy poco simbólico, si se entiende lo simbólico como aquello inmaterial que está en lo material —como lo es el pensamiento mismo—, y lo que es peor, muy poco significativo. Eso de ser organismos siguiendo los dictados de un órgano, de modo que cuando aparece el cuestionamiento sobre el sentido que tiene todo esto, la gran razón y la última explicación que se da es una muy animal, a todas luces ingenua, pero sin que les entre el rubor, porque no es inocente, que explica algo así como que los niños les tienen miedo a las serpientes porque en el pasado paleolítico los primitivos cazadores-recolectores vivían en cuevas (Punset, 2006, p. 116); hasta lo de las cuevas es dudosísimo, pero lo preocupante es cómo a alguien se le ocurre, de dónde lo saca, con qué cara lo dice, que la razón del grito de los niños sea el cavernícola desconocido: después de esto se puede creer y explicar cualquier cosa, incluso que el niño haya gritado porque el cavernícola bramó, con eso vinieron todos los cazadores y recolectores juntos a ayudarlo, de modo que gritar es una acción que eligió la selección natural, ya que incrementa la probabilidad de sobrevivencia del individuo y de su especie. Darwin era más listo. Han de ser muy ateos los científicos, pero, según esto, la evolución queda convertida en una especie de Dios y de súperconciencia que es la que determina qué es lo que hay que hacer en todos los casos. Se trata de una causalidad tan plana, por muchos datos que la descubran y la demuestren, que deja mucho que pensar y que desear. El inconsciente de Freud era más fino.

Seguramente hay explicaciones evolucionistas para el uso del maquillaje, como el disfraz y la atracción de la presa o la pareja, para el fútbol como una horda contra otra disputándose el territorio y el botín, para lo femenino que se quedaba en casa —en cueva, pues—, por motivos de engrosamiento por la maternidad, y para el capitalismo porque se trata de la competencia por los recursos, el triunfo del más apto y la aniquilación de los perdedores, antes llamados Neandertales, ahora llamados pobres. El individuo de la evolución es un organismo biológico aislado dentro de una naturaleza hostil y competitiva que lucha por su sobrevivencia: se parece sospechosamente a un John Wayne solitario cabalgando por las llanuras norteamericanas y deshaciéndose de los indios.

Es desconcertante, pero para la teoría de la evolución no existen mayormente, ni han sucedido en realidad, ni el lenguaje, ni las ciudades, ni las catedrales, ni los fantasmas, ni la política ni las novelas, ni el mercado ni la conversación, ni las pinturas de Turner, ni la historia; es decir, no hay cambio de nivel, no hay mayor ruptura, no hay otra realidad entre la jungla y la civilización: la cultura no es una emergencia, que es el término que emplean los neoevolucionistas para las nuevas especies, por lo tanto, seguimos siendo los mismos, la historia no cuenta, porque la explicación del ser humano es la misma que para el resto de la naturaleza, y es una explicación eterna. La aceptación pública, legal y científica de las neurociencias, las ciencias cognitivas y la teoría de la evolución, implica que el ciudadano contemporáneo niega su responsabilidad, deja de ser responsable de cualquier cosa que haga o deje de hacer, quitándose la carga de la ética o de la decisión o de la libertad, porque ahora no es él el que hace los esfuerzos o comete los desaguisados, sino su cerebro y el origen de las especies: “no fui yo, fue mi cerebro”, “no es mi culpa, es de la evolución”. Esto ya no es la Ilustración, que levantaba la razón por encima de la naturaleza y el instinto y la autoridad y Dios. Esto es la sinrazón, la sinrazón inteligente.

Por puro sentido común, y si no, por pura decencia, o incluso vanidad, es necesario postular que entre la teoría de la evolución y La cultura de las ciudades, como diría Lewis Mumford (1938), hay una ruptura fundamental, que los individuos biológicos de la evolución y las personas de la historia no son los mismos, que a los seres humanos los modifica la historia, entendiendo historia por aquello que es obra específicamente humana, y no los determina la selección natural, que la cultura, con sus espantosas violencias e increíbles desigualdades, se explica por la cultura y no por la naturaleza, que la naturaleza, la evolución, la cognición, el cerebro son ideas humanas, históricas, no hechos verídicos descubiertos y demostrados. En efecto, si queremos otra sociedad necesitamos otra conciencia.

V

Aunque el mundo sea un pensamiento, la realidad sí existe: eso que se llama tan tranquilamente la realidad parece ser la correspondencia a la vez de todas las cualidades de todas las cosas con las que se topa la mirada y nos la regresa, como

la pelota que rebota en la pared y regresa al punto de vista que la lanzó. Para que los aviones no se caigan se requieren las siguientes condiciones. a). - Que nos importe: si a uno no le importa que colapse un agujero negro a millones de años luz de donde tiene puestas sus preocupaciones, ese agujero negro en rigor ni es real, ni no es real, ni colapsa, ni no colapsa; si hay un altercado en el camino entre dos hormiguitas en algún hormiguero del mundo, ello no debe comportar mayor realidad para quien ni siquiera es hormiga, siendo que para ellas dos tal vez se trate de un acontecimiento vital de su existencia (Cfr. Gergen, 1994). A quienes más les importa, y por lo tanto, es acuciantemente real que el avión se caiga o no, es a quienes van montados en él; de hecho hasta creen en Dios o Dios es real en el momento que despegue o en el momento que aterriza, que es cuando en la cabina se hace el silencio de cuando pasa un ángel, o sea que, como dirían los pragmatistas, como William James, Dios existe cuando lo necesitan; cuando no, no. Y a los doscientos habitantes de la isla Sentinel, que nunca se han subido ni a un avión ni a la civilización occidental, el hecho de que un avión se caiga —o no— les importa un rábano y no tiene ninguna realidad.

La segunda condición (b).- para que no se caiga es creer en los aparatos de medida, en toda la suerte de indicadores que muestran que el avión vuela y no se cae: todos esos relojitos y lucecitas que llenan el tablero de los pilotos y que los pasajeros no necesitan ver pero sí confiar en ellos, donde se registra la altitud, combustible, localización, velocidad, posición de los alerones, estado del tren de aterrizaje, funcionamiento de las comunicaciones que ciertamente parece que no son la realidad pero que le muestran que la realidad sí existe y que por el momento se está comportando de tal manera: humedad, temperatura, hermetismo de la nave, turbulencia, presión de la cabina, distancia al destino y la sonrisa de la azafata que ahora se llama sobrecargo. Éste último indicador nunca falla, si de repente el pasajero advierte que se le bajan las manecillas, siente que se encienden las luces rojas; aunque como la sonrisa de la señorita ya no pertenece al orden numérico de los indicadores mencionados, no puede decirse que sus sonrisa es de 7.5 grados de seguridad, ya forma parte de la tercera condición (c).-, que contiene muchos otros signos de la realidad que le hacen saber que el avión no se cae: por ejemplo el uniforme del piloto y su grado de capitán que de alguna manera le dan a conocer a los pasajeros que ese señor sí estudió y que sabe manejar aviones, o el gesto de entre indiferencia y templanza con el que los demás pasajeros se suben al avión, o la limpieza del avión y el hecho de que el boleto costó caro —si el boleto le costó barato uno cree con mayor firmeza en Dios al despegar y aterrizar— o, para ya parar de contar, la marca del fabricante del avión, Boeing o Airbus, y la compañía aérea, Iberia o Aeroméxico. Cuando algo de todo esto varía a la baja o falla, a los pasajeros les entra desconfianza, que significa que en la realidad los aviones no siempre no se caen.

Todas estas condiciones no se dan en un listado en que se vayan palomeando los elementos o cualidades uno por uno y se haga la suma total para verificar que

la realidad exista. De hecho todos estos indicadores no le son comunicados a uno, sino que, por así decir, se comunican entre sí, unos con otros y con los otros más de modo que unos constatan, corroboran y refuerzan el grado de los demás y recíprocamente: un dato, un signo, una información, no vale por sí mismo, sino porque está validado por los otros datos y signos; a la sonrisa de la azafata le corresponde una cantidad suficiente de combustible, a ésta el altímetro, las condiciones meteorológicas, y así sucesivamente, todos entre sí se invocan, se evocan, se llaman, se responden, como decía Baudelaire en un poema que se titula *Correspondencias* ("como largos ecos que de lejos se confunden en una profunda unidad"), entonces, lo que se mira, o lo que aparece en la mirada, no son las cualidades de las cosas sino las correspondencias entre las cualidades. Octavio Paz también se refiere a ellas: "si la idea de causa parece evaporarse en la pluralidad de motivos y factores que intervienen en el hecho más insignificante, no lo está la de correspondencia: los hechos, las obras y aun las personalidades se corresponden" (1982, p. 611). Los físicos y los ingenieros probablemente vean causas, pero la gente mira correspondencias. A decir, verdad, uno, pasajero frecuente que es, no se entera de ninguna cosa, ni siquiera de que sí le importa que el avión no se caiga, sino que todos los informes están diluidos en sus correspondencias que como cosas son muy abstractas, que es como se presenta la mirada, como algo que simplemente flota en el aire, una mirada que casi no se ve, sino que casi se respira. Eso es la realidad: la pura y sencilla correspondencia. O dicho de plano, lo que constituye la mirada, el pensamiento y la realidad, no es ni el punto de vista ni las cosas vistas, sino lo que queda en medio que disuelve a todos.

Ciertamente, a la dureza de un material le corresponde un peso, al peso le corresponde una cierta densidad, una opacidad o transparencia, una rigidez o elasticidad, un sonido al tocarlo o cuando se cae, una textura, un brillo, y así sucesivamente. Entonces la realidad no se encuentra en las cosas pieza por pieza, sino en el conjunto de sus correspondencias. Así es como aparece, por ejemplo, la realidad de la vida cotidiana y otras realidades sociales que suelen escapárseles a la meticulosidad punto por punto de las ciencias naturales. Esto sucede en los aviones cuando son una realidad humana, es decir a la hora de abordar, o con el salero cuando uno lo coge en la mesa. Sobre todo, con las ciudades, que son más importantes que los aviones porque ahí es donde se respira el pensamiento colectivo. El pensamiento de la ciudad está hecho de los mismos materiales que los fuselajes de los aviones, pero ahí se aprecia más ejemplarmente cómo está en el aire, porque palpar el espíritu de la ciudad, esa ciudad que se encuentra en la mirada, no consiste en la retahíla de trazados, de edificaciones, de tránsitos, de ruidos, ni siquiera en la lista de iglesias, monumentos y sitios emblemáticos, ni en la eficiencia o ineficiencia de sus servicios, sino justamente en la correspondencia de las cualidades de todas éstas y muchas otras más que, por decirlo de alguna manera, se despegan de las cosas y se anudan, ya sin cosa, en medio de todas ellas, y eso, claro, por pura correspondencia, configura la manera de ser de los

que viven en ellas. La realidad está en el aire, que es el hábitat de la mirada. El pensamiento flota entre todas las cosas sin que se le encuentre en ninguna.

VI

José María Gironella, en un libro de viajes, habla de la musicalidad que está inscrita en los paisajes: "si viéramos una partitura tirolesa, advertiríamos en las notas del pentagrama los altibajos de los Alpes. En las canciones de llanura, en cambio, los intervalos son menores y la melodía es más tranquila" (1974, p. 221); también se refiere a la tonada monótona de la música de quienes han cruzado el desierto, y de la música de fuerza lenta y empañada que cantan los mineros asturianos por el camino de Mieres. Los corridos mexicanos son la cabalgata efervescente de un país que se revuelve. Pareciera, pues, que antes de comenzar a sonar, todavía en silencio, esa música estaba escrita en la mirada, ya formaba parte del pensamiento de su pueblo solamente como expresión o comunicación es que hizo falta ponerle sonido.

Es más o menos lo mismo que sucede con la música incidental en el cine, que, dada una escena, con un tono, un ánimo y un desenlace, se le pone la música que le corresponde, o al revés, que es el caso de los videoclips, donde dada ya la música, el videoasta pone las escenas que ya se creían ver. O sea que, si uno fuera sordo, tal vez se perdería la música, pero no la musicalidad, porque, aunque no se viera se podría apreciar muy visiblemente en los bailes, en la ejecución de los músicos o en la batuta del director, y en los pies de los espectadores. Pareciera que la musicalidad es una propiedad de la mirada. Lo mismo sucede en cualquier lugar de la vida cotidiana, que además de tener cosas, personas y desplazamientos en el espacio, tiene, sobre todo, en especial para sus habitantes habituales, una ambientación, que no está en las cosas ni personas ni desplazamientos, sino en el pensamiento, porque quien anda por ahí en sus quehaceres no se da cuenta de sus andares, ni de las salidas y entradas de las gentes, ni de las tiendas y puertas, faroles, vueltas de la esquina, sino que nada más ve el movimiento, pero no lo que se mueve: es como si todo lo tangible, lo empírico, se sumergiera en la condición musical. El soundtrack de la vida de las ciudades no se escucha, sino que se mira.

En efecto, la música es un objeto que, al revés de la suavidad o la dulzura que necesitan el contacto con los dedos o la lengua, se encuentra alejado del oído e igual se separa del instrumento que lo produce —del chelo es lejanísimo—, y por ello pertenece a la misma lógica que la mirada, que está alejada de los ojos y de las cosas que se ven. La música y la mirada están hechas de la misma sustancia aérea, etérea, de manera que puede describirse una mirabilidad -el paisaje- de la música y una musicalidad de la mirada, que está hecha del mismo aire. Tal vez por eso se necesita la respiración para captarlas, para habitarlas; ciertamente, los músicos, para poder entrar en la música, primero empiezan a respirar con cierta cadencia, con cierta pauta, aquella con la que el cuerpo se va a mover para seguir los pasos de la música y poderla tocar con el arrobo correcto, que es

aproximadamente lo mismo que hacer cualquier ciudadano cuando tiene que acometer alguna situación: respira hondo antes de abrir la puerta de la casa para salir al mundo, o para entrar a una sala de reuniones; respira con bocanadas cortas y frecuentes para llegar a tiempo y alcanzar el tren; se agita la respiración si algo se rompe en las costumbres, si alguien se cae en la calle u otros percances mucho peores. Pareciera que el aire —o monóxido de carbono, da lo mismo— que entra y sale del cuerpo, como fuelle, como acordeón, en empujones variables, es el que marca el paso que hay que seguir para conducirse concorde al pensamiento de la situación.

La musicalidad, como cualidad intangible de los objetos, o cualidad de los objetos intangibles, consiste en aquellas características propias de la música que se pueden encontrar en otros objetos, tales como el aire —el silencio—, la mirada —el día—, o el pensamiento —la vida. Las características de la música son aproximadamente las siguientes:

Característica uno: pierde sus contornos, es justo por eso que, aunque no se desvanezca, toda vez que está ahí, sí se evanesce; aunque no se esfuma, sí se difumina, por lo tanto, no es tangible, tocable, atrapable; si uno estira las manos para cogerla se va a quedar con las manos vacías, igual que con los fantasmas. Es aérea, es etérea, pero no es volátil ni fugaz.

Característica dos: es envolvente; para donde uno voltee se la encuentra, es la misma para todos lados y la misma desde todos los ángulos, como si no tuviera derecho ni revés ni encima ni debajo, con las mismas magnitudes por todo el derredor. No se mueve tanto en el espacio —uno no ve una nota a la izquierda y otra distinta a la derecha— como en el tiempo. Es completa, todo abarcante, pero no es estática.

Característica tres: en efecto, es un movimiento que puede avanzar, que va hacia alguna parte, hacia el futuro, hacia la expectativa de lo que viene, pero al mismo tiempo, está encerrada en su propio campo acústico, en la sala de concierto por ejemplo, o sea que no se va, sino que regresa, tal vez como recuerdo de las notas que ya pasaron, y estas notas de antes se entrechocan o se entremezclan con las de ahorita, con lo que se configura alguna especie de resonancia, como de eco, que va enriqueciendo, potenciando, densificando, consolidando, la música que en este momento está presente, como si tuviera cimientos.

Característica cuatro: por lo tanto, esta especie de camino que regresa sin fugarse, esta reiteración presente de los que ya pasó, por ende, no se ha ido, le da a toda la pieza una cierta solidez, un orden que puede evocarse, le da pues, una estructura, misma que efectivamente se puede describir con palabras, que es lo que hacen los críticos de música además de justificar si está buena o mala. Los caminos o derroteros de la música se parecen a las calles de una ciudad, que, en un punto dado, ahí donde acaba la ciudad, si uno quiere seguir estando en la ciudad (si no, también se puede salir del concierto o apagar el disco), puede tomar otra calle que, aunque no vaya por la misma de todos modos lo devuelve a la

ciudad. Este entramado de calles le otorga su estructura a la ciudad, por lo común de forma reticular, y mientras más ande y desande la ciudad, sin necesidad de pasar por las mismas calles, más va conociendo esa ciudad.

Característica cinco: se parece enormemente al tiempo, no solamente en el hecho de que hay notas pasadas presentes y futuras, sino en el hecho más innombrable de que el tiempo es inatrapable, de que no hay manera de agarrarlo, de que el tiempo no está dentro de nosotros sino de que nosotros estamos dentro del tiempo, y que, aunque siempre pasa nunca se va, pero que, si lo ignoramos y nos ponemos a hacer cualquier otra cosa, los que pasamos somos nosotros: el tiempo sigue. De hecho, lo que importa más de esta característica de la musicalidad en el pensamiento es que introduce la temporalidad, que es eso en lo que se nos va la vida.

Por último, característica número seis: la musicalidad del pensamiento es una música fantasma, que se puede ver que se mece, que danza, en el medioambiente, en el aire, pero que no se escucha, aunque se siente que todo alrededor, y el propio pensamiento, se mueve a su paso. La musicalidad acompaña al pensamiento colectivo, que nos acompaña a nosotros.

VII

Puesto que las sociedades tienen una historia que puede leerse a todo pasado, donde le brota la congruencia y el significado, la estupidez y la maldad, puede afirmarse que tiene una suerte de coherencia, de forma, de recorrido u organización, por lo tanto que ahí hay un pensamiento, que no es el de los individuos, ni el de los grupos, ni el de las relaciones o interacciones sociales, sino un pensamiento mayor, es decir, un pensamiento colectivo, ínsito en su propia realidad (i.e. no proveniente del destino o de la providencia; o de la evolución o del cerebro). Para ponerlo en alguna parte, para acotarlo de alguna manera, se le colocó en un territorio o lugar que se encuentra en medio de todo, de la gente y las edificaciones, de los ojos y de las cosas vistas, ahí donde también está el aire y por donde atraviesa la música, que se le denominó la mirada, que es, ciertamente, como una especie de atmósfera de pensamiento. Empezar a teorizar la conciencia de otro modo es la única manera que se encuentra de inventar otra conciencia, porque con la que tenemos no se va a transformar la sociedad.

REFERENCIAS

- Aquileana (2016): Arthur Schopenhauer: Ensayo sobre las visiones de los fantasmas. <https://aquileana.worldpress.com/2008/01/16arthur-schopenhauer-ensayo-sobre-las-visiones-de-los-fantasmas>
- Bayer, R. (1961): Historia de la estética. México; Fondo de Cultura Económica. 1998.

- Billig, M. (1987): *Arguing and Thinking: A Rhetorical Approach to Social Psychology*. Cambridge; Cambridge University Press. 1988.
- Díaz, J. L. (2007): *La conciencia viviente*. Fondo de Cultura Económica. 2008.
- Gergen, K. (1994): *Realidades y relaciones*. Barcelona; Paidós. 1996 (Trad.: F. Meler Ortí).
- Gironella, J. M. (1974): *El Mediterráneo es un hombre disfrazado de mar*. Barcelona; Plaza & Janés. 1984.
- Íñiguez, L. (2003a): *Análisis del discurso*. Barcelona; Editorial UOC.
- Íñiguez, L. (2003b): *La psicología social como crítica*. *Revista Interamericana de Psicología*. 2003, Vol. 37, Nº 2.
- Shotter, j. (1993): *Realidades conversacionales*. Buenos Aires; Amorrortu. 2001 (Trad.: Eduardo Sinnott).
- Kenny, A. (1989): *La metafísica de la mente*. Barcelona; Paidós. 2000 (Trad.: Francisco Rodríguez Consuegra).
- King Dávalos, Patricia; González González, J. C.; González de Luna, E. (2014): *Ciencias cognitivas y filosofía*. México; M. A. Porrúa.
- Mcguire, W. (1972): *The ying and yang of progress in social psychology*, en: L. H. Strickland; F. E. Aboud; K. Gergen, K. (1974): *Social psychology in transition*. New York; Plenum Press, 1976.
- Mumford, L. (1938): *The culture of the cities*. New York; Harcourt, Brace and Company.
- Punset, E. (2006): *El alma está en el cerebro*. Madrid; Punto de Lectura. 2010.



"Con el pensamiento en la mirada" por Pablo Fernández Christlieb está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

SER NOSOTROS: UN 'SÍ MISMO' ENTRE LENGUAJE Y RELACIONES

* * *

BEING "WE": "SELF" BETWEEN LENGUAJE AND RELATIONSHIPS

Angel Magos Pérez ¹

Sección: Artículos

Recibido: 05/02/2020

Aceptado: 03/03/2020

Publicado: 23/04/2020

Resumen

Si los sofistas no erraron, la vida social es toda dilemática y está hecha de argumentos. Por caso y como contraargumento a la idea de que las personas somos en función de nuestras individualidades, en este trabajo se presenta una discusión en vías socio-construccionistas sobre lo que suele denominarse el "sí mismo", sugiriendo que el nosotros es una forma de referirse a éste, y que, entre tanto, acentúa la importancia de la alteridad, las situaciones, la reconstrucción pero, sobre todo, de las conversaciones y los discursos: un sí mismo construido por el lenguaje y las relaciones. Más o menos de eso hablamos aquí.

Palabras Clave: socioconstruccionismo, intersubjetividad, realidad, alteridad, discurso

Abstract

If the sophists did not err, the social life is dilematic and made up of arguments. By case and as a counterargument to the idea that people are according individualities, this paper presents a discussion in socio-constructionist terms about what is usually

¹Estudiante del Doctorado en Psicología Social de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Correo electrónico: angelmagosp@hotmail.com

called the "self", suggesting that "we" is a way of referring to the self that emphasizes, among other things, the importance of otherness, situations, reconstruction and, especially, of conversations and discourses: a construction of the self through language and relationships. More or less of that we talk here.

Key words: socio-constructionism, intersubjectivity, reality, otherness, discourse

En ciencias sociales en general y en psicología social en particular se ha intentado comprender la forma en que las personas dan sentido a sus vidas o significan su estar y ser en el mundo. "¿Quién soy (yo)?" más que un cuestionamiento obligado a enfrentar en una primera reunión de trabajo o en un primer día de clases, parece ser uno que ha alentado un buen número de investigaciones en diversas latitudes disciplinares y desde miras teóricas diversas, madurando trabajos que hablan de "identidades", de "yoes", de "selfs" o de "sí mismos". Pero desde una mirada que le quita el acento al individuo y se lo pone a las relaciones la pregunta puede reformularse en términos de ¿quiénes somos (nosotros)? Aseverando que la pregunta puede ser respondida más o menos en los mismos términos tanto por una sociedad, colectividad o grupo, como por una sola persona. Es en ese sentido que, con fines ilustrativos, migrar de la primera persona del singular a la del plural refiere, justamente, a que lo que hemos llamado individuos no es otra cosa que una producción social, una objetivación de colectivo, permitiéndonos pasar, en términos interpretativos, de un yo soy a un nosotros somos, es decir todos los otros que soy yo a través de las relaciones y el lenguaje.

Habría que comenzar advirtiendo que no nos ocupa realizar una tarea historiográfica sobre cómo se ha problematizado la forma en que las personas damos sentido a nuestras vidas o significamos nuestro estar y ser en el mundo, pues aunque aquí discutimos lo que entendemos por un nosotros, este no es precisamente un trabajo sobre "identidad" sino sobre relaciones y lenguaje, uno que señala la importancia de éstas (relaciones) y éste (lenguaje) en la construcción de aquél (nosotros/sí mismo). En otras palabras: el nosotros como ejemplo de la potencia del lenguaje y las relaciones en la configuración de la vida social. Aunque esto que señalamos como ejemplo ha sido ya suficientemente discutido por la psicología social, al parecer tal actividad ha versado sobre perspectivas solipsistas, unas que sugieren que las personas somos en función de nuestras individualidades. Tal vez no haya mejor testimonio que el de Michael Billig, quien después de haberse formado con Henri Tajfel advirtió que "la teoría de la identidad social describe rasgos psicológicos que se presuponen universales y no vinculados con contextos sociohistóricos concretos" (Billig, 1995, p.118).

Pero hay también miradas que problematizan desde otro lugar, uno más afín a este trabajo. Según estas miradas "las diversas construcciones de 'identidades' que emergen en el discurso se dan en una red intersubjetiva que construye 'el yo' en relación al 'otro/a'", como efecto del lenguaje" (Cabruja, 1996, p.383). De tal forma no consideramos aquí que en las explicaciones que las personas dan de ellas mismas, de los otros y del mundo exista un componente individual que sirva como base sobre la que se edifique una estructura social o se refleje una realidad ("metáfora del espejo" le dicen). Lo que se postula es que el sí mismo, el nosotros en términos relacionales y discursivos, no es un tema de medida sino de interpretación, por supuesto

incuantificable, un tema para el cuál el acento debe estar puesto, justamente, en las relaciones discursivas. Consideramos así que, en caso de no poder prescindir del concepto, debería hablarse de una "identidad" como proceso y no como producto. El historiador británico Peter Burke (1993) parece no equivocarse al señalar que "las definiciones de identidad frecuentemente entrañan intentos de presentar la cultura como si fuera obra de la naturaleza" (p.89), como ejemplo el mito de la sangre especial: sangre inglesa, sangre azul, "pura sangre".

Sin embargo, al ser un producto social, "el proceso de formación de la identidad debe abordarse como una construcción colectiva" (p.89); por su parte, Jerome Bruner (2002) ha dicho que en lugar de conocer un yo evidente y esencial, que aguarde plácidamente ser representado con palabras, somos nosotros quienes construimos y reconstruimos continuamente un yo. Resulta difícil entonces considerar que la identidad o el yo o el sí mismo (dependiendo del espacio disciplinar y la mira teórica desde donde se enuncie) sea una posesión personal madurada de la puesta en contacto de condiciones individuales y sociales. La manera en que una persona se sitúa en el mundo social y se hace de una forma de narrarse no surge del intercambio entre ella misma, como individuo, y la sociedad; no hay una negociación entre lo que nuestras condiciones nos permiten ser y lo que los otros nos posibilitan ser. Desde nuestra posición, entonces, esa identidad sería un proceso de configuración discursiva de sí en el que una persona se adentra al formar parte de una comunidad de significados amplia, de una vida social, histórica y cultural: mirada en la que la metáfora del espejo cede el paso a la de la construcción.

Si alguien ya había discutido sobre la naturaleza social de nuestro ser es el teórico soviético Mijaíl Bajtín, quien hablaba de nuestra conciencia como una conciencia dialógica: "la conciencia propia constantemente se percibe sobre el fondo de la conciencia del otro con respecto a uno, el 'yo-para-mí' aparece sobre el fondo del 'yo-para-otro'" (Bajtín, 1979, p.303). En estos términos es que nuestra comprensión de nosotros mismos surge en función de los otros. Bajtín ponía el acento en el lenguaje para hablar de la forma en que el ser se erige, de ahí que sostenga que "la misma existencia (intrínseca y extrínseca) es una profunda comunicación. Ser quiere decir comunicarse" (Bajtín, 2000, p.140; paréntesis en el original). De tal modo, se torna posible hablar de la importancia tanto del lenguaje como de la otredad en nuestra composición en tanto seres sociales, a sabiendas de que "yo vivo –pienso, siento y actúo- dentro de la serie semántica de mi vida y no dentro de la totalidad posible y conclusiva de la existencia vital" (Bajtín, 1982, p.98).

A esto hay que agregarle que las formas en que una sociedad vive, siente y piensa no son transhistóricas, pues dependiendo del tiempo y el espacio de significados en el que nos encontramos nos es posible construir y reconstruir esas formas. Así como una cosa es lo que es hoy y está sujeta a este marco interpretativo, el "yo" ha atravesado por concepciones cambiantes en la vida cultural del siglo XX, al menos así lo ha sugerido Kenneth Gergen, quien traza

una ruta del concepto desde la visión romántica hasta la posmoderna. Gergen (1992) señala que la concepción romántica del yo, heredada del siglo XIX, atribuye a cada individuo rasgos innatos de personalidad: pasión, alma, creatividad, temple moral. Concepción que la tradición modernista puso en tela de juicio al hablar del yo no en términos de intensidad, como en la visión romántica, sino de raciocinio para desarrollar nuestros conceptos, opiniones e intenciones conscientes. Concepción ésta que también fue puesta en tela de juicio -aunque parece que en menor medida por cómo hoy continuamos hablando de nosotros mismos- por la tradición posmoderna, que arremetió contra la esencia personal. Esta tradición, la posmoderna, señala que los objetos de los que hablamos no están en el mundo, sino que son el producto de nuestras perspectivas particulares, es decir, todo lo que conocemos es lo que es hasta que lo producimos en conjunto, además de advertir que las personas existen en un estado de construcción y reconstrucción permanente: "lo que somos realmente es el producto de una cultura en un momento histórico" (Gergen, 1992, p.34). Si esto último es cierto (aquí así lo creemos), si consideramos que somos producciones sociales y no maduraciones individuales, se abren otras posibilidades de abordaje (opuestas a las dominantes) a lo que en otros espacios de discusión se ha denominado identidad o yo o self.

No son pocos los teóricos que reconocen que el trato del tema tanto en las ciencias sociales como en las calles responde a concepciones individualizantes, que asumen que nosotros tenemos "identidades personales" que nos diferencian de todos los otros. Pero nosotros no somos, de ninguna manera, antes de involucrarnos en los significados de una sociedad, con sus diversas comunidades de pensamiento. Sin el establecimiento de relaciones con los otros no podemos vernos de ningún modo porque no podemos enunciarnos, porque el yo o el self o el sí mismo (dependiendo de la comunidad de pensamiento desde donde se enuncie) es discursivo; ni siquiera podemos ser individuos diferentes porque la diferencia es también una forma social de significar nuestro estar en el mundo, una forma de pensamiento social que parte de la similitud y, a final de cuentas, llega a la similitud para poder ser, como ya Heath y Potter (2004) o el mismo Baudrillard (1974) lo han advertido. Ser diferente, entonces, es también ser significado por los otros y ser todos los otros -"diferentes" o no-. Esto sugiere que las personas no son los autores de sus propias vidas (Gergen, 1996), éstas "no actúan a partir de sus propios planes internos, guiones o cosas por el estilo, sino por estar entrelazados con las actividades de otros" (Shotter, 1994, p.221). Tal vez una de las falacias más potentes en nuestra sociedad es ese discurso solipsista que nos hace creer que en serio el cambio está en uno mismo, que debemos destacar en todos los aspectos de nuestras vidas, es decir, pensar nuestra individualidad a la máxima potencia, cosa que da como resultado personas y relaciones sociales tanto funestas como excluyentes, en las que el grueso se siente incómodo por no

tener un trabajo “decente e interesante”, por no poder tener un auto del año, por ir al día en sus gastos, por no encontrar al amor de su vida.

De modo que, como ya ha señalado Nikolas Rose (1989), “los objetivos sociales deseados: bienestar, felicidad, eficiencia, etc., han sido contruidos argumentativamente como dependientes de la producción y utilización de las capacidades de los ciudadanos individuales” (Rose, en Cabruja, 1996, p.377):

lo tradicional es que sea el yo el que deba desenvolverse, el que me presente, el que logre su propósito o falle, el que resultará enriquecido, el responsable y, de muchos otros modos, el que está inmerso en el torbellino de una socialidad envolvente (Gergen, 1992, p.218).

El discurso de la individualidad, al responsabilizar a las personas haciéndoles saber que sus fracasos son sólo de ellos y de nadie más, les imposibilita saberse como parte de “un problema” y, en su lugar, los coloca como “el problema”. Ese discurso es el que hay que confrontar, y reconociendo lo difícil que resulta hablar fuera de él, nos vemos obligados al uso de la metáfora, para intentar elucidar que hay otras rutas, no sólo esa (individual) ni ésta (relacional), de entendernos como seres humanos en un mundo social de significados. Así, por ejemplo, decir que soy todos los otros, que hay una sociedad habitando en mí, que en mi persona viven otras personas, no sostenemos la interioridad expuesta por los discursos hegemónicos, más bien de nuestras palabras intentamos hacer palabras inteligibles, de más fácil lectura. Si los sofistas no se equivocaban al señalar que para todo argumento hay otro argumento contrario, habrá que notar que sobre esa base es que con los otros vamos negociando realidades y relaciones.

Por caso, el argumento de este trabajo se contrapone al de la psicología solipsista y señala que no es la suma de nuestras individualidades la que configura a la sociedad, sino que es la sociedad la que dicta las formas en que podemos ser para nosotros mismos y para los otros, ubicando los significados en las relaciones conversacionales, es decir, entre las personas y no dentro de ellas. Por lo que “si no son los yoes individuales los que crean las relaciones, sino éstas las que crean el sentido del yo, entonces el yo deja de ser el centro de los éxitos o fracasos, el que merece el elogio o el descrédito” (Gergen, 1992, p.219). En estos términos es que nos vemos obligados a pasar de un yo o sí mismo en términos individuales a uno en términos relacionales, porque aunque todavía parecemos estar, en gran medida, dentro de la idea que sugiere que para decir hay que pensar, y que debemos detenernos a meditar sobre nuestra forma de ver las cosas para ser capaces de enunciarlas con prudencia, es decir, donde la línea es el dicho ‘entonces piensa y luego hablas’, éstos son tiempos afortunados, en los que, de a poco, hemos sido capaces de ir poniendo en tela de juicio esa idea, pasando de la explicación de la vida social a su interpretación, de las generalidades a las particularidades, lo que nos ha permitido echar luz sobre otras ideas, como las que giran en torno a la relacionalidad de nuestra

existencia, ideas que, ciertamente, ya habían sido propuestas hace tiempo sin mucha consideración. G.H. Mead (1934), por ejemplo, ya hablaba de la constitución del sí mismo y del pensamiento en términos relacionales e intersubjetivos, a través del toma y daca entre el "yo" y el "mí", siempre con el "otro generalizado" de por medio. Así, señalaba la importancia de la interacción y la comunicación para el surgimiento de la persona y, por ende, de una conciencia anticipatoria, éstas de naturaleza forzosamente social.

Habremos así de partir de lo que antes era el punto de llegada para arribar a lo que antes se asumía como el inicio, habremos de señalar que para pensar primero hay que decir, y que debemos conversar con los otros tanto para pensar como para poder ser. En menos: no pensamos para poder argumentar, argumentamos para poder pensar. Desde esta óptica la conversación puede notarse como un espacio práctico-social habitado por aquellos quienes, sin estar necesariamente cara a cara, se han dispuesto a estar cerca, unos de los otros, a fin de compartir un trozo de sí mismos y de hacerse otro, en el sentido de que, en ella, en la conversación, se vierten diversas formas de pensar y, a tiempo, hacer la realidad. No es extraño entonces que "en el latín clásico de Seneca, *conversatio* significa algo así como 'intimidad'" (Burke, 1993, p.122; énfasis en el original). De ahí que después de intimar, de entrar en conversación y controversia con los otros y consigo misma, es probable que una persona termine siendo un tanto distinta, que sienta y piense de un modo que antes no había vislumbrado: otros más siendo ahora parte de nosotros. Por esa razón es que hay profesores que a uno le marcan el resto de la formación y parejas con las que no se quiere volver a cruzar palabra.

La tarea en torno a la relacionalidad y lo discursivo es pasar de la frase "pienso, luego existo" de Descartes a la frase "converso, luego existo" del socioconstruccionismo. Porque, en todo caso, "la identidad de la persona es siempre social y corresponde a la manera en que cada uno de nosotros nos decimos lo que somos a la luz de nuestro entorno social, normativo y simbólico" (Bautista, 2018, p.11), y en tanto lo que decimos y hacemos demanda inteligibilidad para los otros y para nosotros, nosotros somos interpretados por los otros y por nosotros mismos dentro de una esfera de significados sociales, idea similar a la que alude Melvin Pollner (1974) en su trabajo sobre El razonamiento mundano: "la posibilidad de verificación intersubjetiva presupone e implica una versión de la capacidad psíquica del otro, una versión que postula que es esencialmente similar a la propia" (p.137), de forma que el otro "es mi sustituto y complemento perceptual que disfruta las percepciones que yo tendría si asumiera su posición" (p.137); en términos más poéticos se puede decir que desde nuestros ojos están mirando los ojos del otro (Bajtín, 2000). Somos buenos o malos, alegres o tristes, tolerantes o intolerantes porque podemos serlo. Pasar así de la metáfora del espejo a la de la construcción es cuestionar la versión dominante sobre lo que las personas somos, esta "conciencia de la construcción nos llevaría a plantearnos que 'quién' y 'qué'

somos no es el resultado de nuestra 'esencia' personal (sentimientos reales, creencias profundas, etc.), sino de 'cómo' somos contruidos/as, en diversos grupos, relaciones sociales" (Cabruja, 1996, p.381).

Habrà que decir, entonces, que "el concepto de 'persona individual' dejó de ser un simple reflejo de algo existente y pasó a ser una creación comunitaria derivada del discurso" (Gergen, 1992, p.198). Como seres esencialmente sociales debemos asumir que más que individuos somos personas, con todas las implicaciones epistemológicas y ontológicas que eso sugiere, sólo así podemos pasar no sólo de un modo de hacer investigación a otro, sino hacer posible la construcción de nuevos lazos entre nuestra disciplina y la sociedad. En ese tenor la óptica de psicología colectiva cobra particular relevancia, porque, como ha señalado Pablo Fernández (2004), mientras la psicología social se ha dedicado a ponerle definiciones técnicas a las palabras cotidianas, como "actitud", "estereotipo" o "rol", dando como resultado una nomenclatura más exigua que la realidad que designa; la psicología colectiva, cuyo objeto ultimado es la comunicación y la cultura cotidianas, echa mano de otros métodos para configurar su nomenclatura, a saber: utilizar en sentido cotidiano aquellos términos que la psicología social considera científicos, y a cambio, darle a términos cotidianos su significado histórico y etimológico. Es en ese sentido que esta última emplea términos como "gente", "público" o "comunidad". "La nomenclatura de la psicología social está respaldada por el cientificismo del gremio; la terminología de la psicología colectiva se respalda en la tradición del lenguaje, en el entendido de que el espíritu de la colectividad está instalado ahí" (Fernández, 2004, p.89). Se torna oportuno dejar la identidad para pasar al nosotros como asunción del sí mismo en términos socioconstruccionistas.

El nosotros, que podría verse como proceso identitario en otros espacios de discusión, aquí se refiere al proceso social de construcción de sentido y significado sobre nuestro ser y nuestro estar en el mundo. Un proceso que debe situarse en todas las interacciones sociales que las personas mantenemos a lo largo de nuestro andar en colectivo, y que nos posibilitan construir, siempre con los otros, formas de relacionarnos y de dar sentido a nosotros mismos y a las situaciones en las que nos encontramos. Nosotros, es, entonces, una referencia directa a la configuración del sí mismo a través de la mirada socioconstruccionista, según la cual el sí mismo nunca es nuestro porque no nos lo hemos hecho, el sí mismo es, en cambio, una objetivación de entre muchas de la sociedad, y nuestra capacidad de agencia se remite a la posibilidad de posicionarnos en una versión de nuestra persona frente a otras tantas versiones, todas ellas de propiedad social por el simple hecho de ser inteligibles para nosotros mismos y para los otros. Si algo de lo que digo puede ser entendido por alguien más entonces ese algo no es mío, es nuestro. Es en ese sentido que incluso las personas que en ocasiones señalamos como "raras" son versiones objetivadas de la sociedad, a las que se les puede significar; es decir, una persona taciturna, que se intimida con los otros, que se limita en sus palabras,

de rara tendría lo mismo que muchas otras, porque ella es también muchos otros en sí. Entonces lo "raro", lo extraño, es per se un oxímoron del que se hace uso en situaciones y contactos sociales determinados.

Si hemos de entender completamente las formas complejas en que las palabras "yo", "usted", "yo", "él", "ella" y la variedad de otros pronombres que tenemos y usamos, entonces debemos enfrentar (a) el problema de lo que podemos hacer con dicha enunciación, y (b) a lo que nos referimos cuando usamos tales palabras, es decir, cuál es el carácter del yo, el usted, etc., en nuestra sociedad en este momento; a qué, ontológicamente, nos referimos por el uso de tales términos (Shotter, 1985, p.83).

Asumiendo que un enfoque relacional "considera la autoconcepción no como una estructura cognitiva privada y personal del individuo sino como un discurso acerca del yo: la representación de los lenguajes disponibles en la esfera pública" (Gergen, 1996, p.231), habremos entonces de tomar distancia de términos como "personalidad", propios de otros marcos interpretativos sobre el mismo asunto, cosa que no debe verse como capricho o pretensión de innovación, sino como el reconocimiento de que todas las formas de conferir sentido a la vida social son formas de propiedad colectiva. De manera que el posicionamiento epistemológico y ontológico de aquí no nos permite hablar de la gente como individuos con capacidad de elaboraciones cognitivas que se busquen acomodar en el plano social; hablar de personalidad, por ejemplo, nos remitiría a esta idea en la que nos es dada esa condición de dar lectura a nuestro ser y estar en el mundo.

Se torna oportuno recuperar la idea en la que es a través del lenguaje, de los discursos, que el sí mismo y la realidad se configuran, y como el lenguaje es siempre social, es decir que no es producido por uno sino por muchos, partir del individuo aquí se torna imposible. Una comunidad de pensamiento se hace en tanto comunidad discursiva, por lo que al hablar de un nosotros intentamos mantener una línea de argumentación coherente y consistente que dé cuenta del espacio de conocimiento desde el que pensamos y de la posibilidad de afectar a la misma sociedad que nos ha formado, en tanto somos construcciones que construyen, ya Gergen (1992) ha dicho que "los vocabularios de la personalidad no son espejos de la verdad sino medios de relacionarse [...] Se reclama un espacio lingüístico que abrace otras formas de concebir el vínculo humano" (p.336).

Nos es claro, por supuesto, que con un texto no nos es posible, además de no ser la idea, alcanzar la reconfiguración del pensamiento social que desde tiempo atrás suele hablar en primera persona del singular, acentuando individualidades, no pretendemos que las personas dejen de preguntar "¿cómo estás?" y responder "estoy bien", para pasar a preguntar "¿cómo están ustedes?" y responder "estamos bien". Si bien hay ejemplos claros de comunidades de pensamiento que erigen sentido y significado al conversar en primera persona del plural, como los Tojolabales, habitantes de uno de los pueblos mayas de los

Altos de Chiapas, quienes, según el filósofo alemán Karl Lenkersdorf (2005), no dicen "uno de nosotros cometió un delito", sino "uno de nosotros cometimos un delito", enunciado en donde no se advierte una falla lógica en cuanto a concordancia numérica, sino el reconocimiento de los Tojolabales sobre que uno de los miembros de la comunidad es en realidad la comunidad entera, una objetivación social pues, la idea aquí sólo es situarnos en un espacio interpretativo específico, para el que no existe la posibilidad de ser uno mismo desdeñando a la otredad. Nosotros somos todos los que hemos hecho que pueda decirme como me digo ser y cómo digo ser ante los demás. Pero saber que este trabajo no reconfigurará el pensamiento social sobre el yo o sí mismo individual, no le quita la pretensión de sumar a los intentos por hacer de nuestra sociedad una que comience a configurar ("resignificación" le dicen) nuevas formas de hablar de ella misma, porque aunque el mismo Gergen (1992) ha advertido la dificultad de un vocabulario propio de la propuesta relacional que la materialice, también reconoce que "este vocabulario está comenzando a gestarse lentamente en nuestra época, y con él una sensibilidad que hará de las relaciones algo tan palpable y objetivo como los yoes individuales de otras épocas" (p.223), ciertamente la significación descriptiva y explicativa del concepto de un yo verdadero e independiente "comienza a desaparecer, y uno está ya preparado para pasar a la etapa donde el yo será sustituido por la realidad relacional: la transformación del 'yo' y el 'tú' en el 'nosotros'" (p.218).

La idea, entonces, de hablar de nosotros en estos términos se considera como una apuesta por otras formas de construir relaciones sociales, que permitan reconocer que en las mismas existe una pluralidad de versiones de nosotros mismos y de la vida social en la que nos encontramos. De modo que, si el yo o el sí mismo se configura dentro del terreno relacional y no dentro del individual, es de suma importancia reconocer que nunca estamos completos, nunca llega el punto en que seremos así toda la vida: siempre que nos encontremos en relación con los otros estamos destinados a ser seres maleables. Bajtín lo sabía y decía que:

sólo al revelarme ante el otro, por medio del otro y con la ayuda del otro, tomo conciencia de mí mismo, me convierto en mí mismo [...] Todo lo intrínseco tampoco se centra sobre sí mismo, sino que está orientado extrínsecamente, dialogizado, cada vivencia intrínseca se ve en la frontera encontrándose con el otro, y toda la esencia está en este intenso encuentro (Bajtín, 1979, p.140).

Lo mismo que esgrime Shotter (1989; 1994) al hablar sobre la naturaleza inacabada de nuestro ser, naturaleza que siempre se escapa:

Lo que nos complace llamar nuestro sí mismo es un fenómeno de frontera. En la práctica es menos una entidad y más una estrategia o conjunto de estrategias, un modo o un conjunto característico de modos de responder a los otros alrededor nuestro. Algo que sólo aparece en ese punto de contacto con aquellos otros. O, si

es una entidad, es una con fronteras constantemente disputadas o cambiantes; algo que re-unimos de un modo un día y de otro al siguiente (Shotter, 1994, p.223).

Esta idea de un nosotros como fenómeno de frontera es pertinente en tanto nuestra forma de estar en el mundo, de hablar de él y de nosotros mismos, nunca puede soltarse de las formas de relación social que tanto nos envuelven como nos permiten reconstruirlas al convivir. Burke (1993), quien tampoco habla de un sí mismo sino de identidades, lo ha postulado al decir que “las identidades también dependen de contextos específicos, a saber, que las mismas personas se presentan de manera diferente en diferentes situaciones” (p.89). Es justamente en esa convivencia, en esa frontera, que podemos ser nosotros, y como hay muchas formas de convivencia, todas inacabadas, somos de muchas formas dependiendo de la situación que dialógicamente establecemos.

En nuestras vidas nada pasa por algo, esto es claro, porque no hay una entidad que dicte como son las cosas y nos mantenga ahí aprisionados; las personas no somos contenedores, no permanecemos en un estado de letargo mientras nuestra vida fluye en vías sociales. Lo cierto es que la sociedad nos ofrece marcos de significados en los que nos involucramos al relacionarnos discursivamente con los otros, quienes, como nosotros, son también objetivaciones, y requiere de nuestra participación constante en el establecimiento de esas relaciones y de ella misma. “Cuando nos expresamos ante los otros y ante nosotros mismos, objetivamos –esto es, hacemos visibles en nuestra vida y expresión- formas de decir, de vivir, de pensar y de sentir propias de la sociedad” (Bautista, 2018, p.09), en otros términos, somos manifestaciones de la relación (Gergen, 1992).

En tanto el lenguaje es un acto, uno sabe si va a hacer/decir una u otra cosa frente a una u otra circunstancia, lo que se señala es que todas esas formas de ser en determinado momento, ese abanico de posibilidades no nos pertenece. Siendo entonces objetivaciones de la sociedad en configuración permanente, entendemos que una persona sea de un modo en cierto momento de su vida y de otro, tal vez muy distinto, en otro momento. “Tú no eres/eras así” puede verse entonces como una recriminación identitaria, partiendo del modelo que advierte que hay algo en nuestro ser como esencia que nos distingue de los demás. Tal recriminación suele hacersele a alguien que no se ha comportado de la manera apropiada según su “forma (acabada) de ser”, que ha salido del marco de significados que hasta ese momento lo ha caracterizado. Pero desde este posicionamiento tal señalamiento es sólo un ejemplo del proceso de construcción de un nosotros. Sami Ma’ari (en Gergen, 1992) avisaba ya que “las identidades son entidades muy complejas, llenas de tensión, contradictorias e incongruentes. El único que tiene un problema de identidad es el que afirma poseer una identidad simple, neta y bien definida” (p.217), y es que, como diría Bajtín:

mi actitud hacia cada uno de los objetos del horizonte nunca aparece como concluida, sino como planteada, porque el acontecimiento del ser, en su totalidad, se encuentra abierto; en cada momento dado, mi posición ha de cambiar, yo no puedo demorar y quedarme en paz (Bajtín, 1979, p.101).

En términos de Mead diríamos que por su forma reflexiva el sí-mismo se anuncia como un organismo consciente que sólo es lo que es en la medida en que puede pasar de su propio sistema al de los otros, y puede, de ese modo, al pasar, ocupar tanto su propio sistema como aquel al que está pasando (Mead, 2008). Mead también ha señalado que el mecanismo por el que el individuo que vive su propia vida en la del grupo se sitúa en la actitud de tomar el papel de otro es el mecanismo de la comunicación:

lo que esto implica es que se despierten en un individuo las actitudes de otros y su respuesta a las respuestas de ellos. El resultado es que el individuo pueda verse estimulado, en el proceso que lo lleva finalmente a conseguir dar forma a su propia voluntad, a interpretar varias partes del proceso común donde todos están involucrados, y que, por eso mismo, pueda encarar en el mismo proceso los diversos futuros que esos diferentes roles llevan consigo (Mead, 2008, p.267-268).

Cabe advertir que al señalar que este proceso lleve al individuo a dar forma a su propia voluntad no refiere a una maduración individual de un proceso social, lo que señala es, justamente, la resultante de un proceso intersubjetivo de constitución de una persona, la capacidad de esa persona para discernir entre una u otra forma de estar con los otros mientras que es los otros también, pues al adoptar los roles de los demás se puede dirigir hacia sí mismo desde tales roles. Es en estos términos que el sí mismo, el nosotros de aquí, surge como objetivación social en vías de la interacción discursiva.

Pensar en que “el organismo, al ocupar las actitudes de los demás puede ocupar, en el rol del otro, la suya propia” (Mead, 2008, p. 267), es pensar en la posibilidad de hablar de todos los otros que soy yo y, en consecuencia, de todos los yo que soy con los otros, porque pienso, siento y actúo en tanto los otros me ofrecen posibilidades de pensar, sentir y actuar, y decido ser de uno u otro modo, eligiendo una de las posibilidades, al estar con esos otros en determinado momento. Ciertamente, “lo que denominamos como nosotros pensando refleja, esencialmente, las mismas características éticas, retóricas, políticas y poéticas que las reflejadas por las transacciones entre las personas, afuera en el mundo” (Shotter, 1994, p.213), porque aún a solas estoy con otros, soy los otros, converso con ellos mientras pienso y soy y existo porque me encuentro en el mundo del lenguaje, así es como puedo significar los actos de los otros y los propios y sé cuáles son sus posibles consecuencias, tanto en ellos como en mí.

El individuo se experimenta a sí mismo como tal, no directamente, sino sólo indirectamente, desde los puntos de vista particulares de los otros miembros individuales del mismo grupo social, o desde el punto de vista generalizado del grupo social, en cuanto un todo, al cual pertenece. Porque entra en su propia experiencia como persona o individuo, no directa o inmediatamente, no convirtiéndose en sujeto de sí mismo, sino sólo en la medida en que se convierte primariamente en objeto para sí del mismo modo que otros individuos son objetos para él o en su experiencia, y se convierte en objeto para sí sólo cuando adopta las actitudes de los otros individuos hacia él dentro de un medio social o contexto de experiencia y conducta en el que tanto él como ellos están involucrados (Mead, 1934, p.170)

Shotter (1993) esgrimirá que “vivimos nuestra vida social diaria en una atmosfera de conversación, discusión, argumentación, negociación, crítica y justificación; [donde] gran parte de ello se refiere a problemas de inteligibilidad y de la legitimación de las pretensiones de verdad” (p.53; paréntesis agregado). Todos nos vamos haciendo mientras conversamos, vamos estableciendo relaciones y realidades, afectando a la misma sociedad de la que somos objetivación. “La persona, ese ser humano socializado que somos todos, es el resultante del conocimiento de la sociedad, de los otros, dentro de nosotros mismos” (Bautista, 2018, p.14), en términos de George Steiner: “es la ‘otredad’ que entra en nosotros y nos hace otro” (en Shotter, 2014, p.53), por lo que si se quiere conocer un trozo del pensamiento de una sociedad es posible prescindir de la conversación con miles y aproximarse a una sola persona, porque al escucharle se escucharán también las voces de los otros. Tiene sentido que “el ‘acontecimiento del ser’ es, en ruso, *sobytie bytia*, un ‘ser juntos en el ser’” (Bubnova, 2015, p.12). En ese tenor, lo que se conoce como “identidad social remite a la experiencia de lo grupal, del ‘nosotros’, remite también a los vínculos o, como decimos en un lenguaje de lo social más contemporáneo, a las redes” (Íñiguez, 2001, p.210). Y si eso que conocemos como identidad nos remite a las redes, o mejor dicho relaciones, sabiendo que éstas son relaciones de comunicación, es decir, discursivas, esa identidad debe ser de la misma naturaleza, debe configurarse con lenguaje y ser social, porque no existe lenguaje individual ni producto alguno que provenga del individuo y pueda ser significado por los otros, Charles Blondel (1928) no se equivocaba al argüir que “nosotros terminamos por ser, en lo que se refiere a nuestra propia conciencia [...] palabras que se desbastan, y lo que de individual puede haber en nosotros se disimula a nuestros propios ojos bajo un revestimiento social” (p.105), por su parte, Kenneth Gergen ha aseverado que “si uno tiene una identidad, sólo se debe a que se lo permiten los rituales sociales en que participa; es capaz de ser esa persona porque esa persona es esencial para los juegos generales de la sociedad” (Gergen, 1992, p.129).

Cuando alguien nos pregunta “¿quién eres?” es habitual responder con nuestro nombre y a veces sumarle una breve descripción de la persona que

consideramos digna de presentación ante los otros, piénsese en una fiesta o en la primera junta de un nuevo trabajo: "soy Gustavo, estudiante de psicología, me gusta la lectura, los deportes y el cine, además soy muy paciente y entusiasta". Pero esta pregunta, "¿quién eres?", no tiene una sola respuesta, más bien la respuesta depende del momento en que se enuncia porque no somos siempre la misma persona. Gustavo no siempre será estudiante de psicología y su paciencia y entusiasmo dependerá de las situaciones que entable con otras personas. "Ser un yo con un pasado y un futuro potencial no es ser un agente independiente, único y autónomo, sino estar inmerso en la interdependencia" (Gergen, 1996, p.232), es decir que el sí mismo es un sí mismo en construcción y reconstrucción permanente, por eso hablamos de un nosotros, porque una persona, en términos meadianos, es una configuración colectiva que da una cara en un momento y otra al siguiente: "la emergencia de la persona es un proceso continuo, que nos acompaña a lo largo de toda la vida. El ser es siendo" (Bautista, 2018, p.22; énfasis en el original), por lo que el sí mismo, el nosotros, no es un producto de la mente sino de la relación, que:

emerge de continuo, vuelve a conformarse y sigue en una nueva dirección a medida que uno se abre paso por el mar de relaciones en cambio permanente. En el caso de "¿quién soy yo?", hay un mundo de posibilidades provisionales en ebullición (Gergen, 1992, p.197).

41

Si las cosas son lo que nos ponemos de acuerdo que sean, así lo creemos aquí, entonces puedo hacer y decir sólo en función de esos acuerdos, porque no hay significado que surja en mí, es decir, no se me ocurre que una cosa pueda llamarse de cierto modo o que una situación tenga que ser valorada de tal manera sin que los otros participen de esa construcción de sentido y significado. Somos de unas formas porque podemos, y "aunque sea cada vez más difícil saber quién es uno, la vida social sigue su curso, y en sus relaciones con los demás uno sigue definiéndose como tal o cual tipo de persona" (Gergen, 1992, p.205), quizá por ello se dice que nuestras historias creadoras del yo "envejecen y no sólo porque nos hacemos más viejos y más sabios, sino porque las historias de este tipo deben adaptarse a nuevas situaciones, nuevos amigos, nuevas iniciativas (Bruner, 2002).

Son los involucrados en la acción conjunta quienes crean situaciones entre ellos, "y se sienten obligados a proceder conforme a las 'cosas' en ellas, no debido a su forma material, sino debido a que todos nos exigimos moralmente proceder conforme a lo que existe 'entre' nosotros" (Shotter, 1994, p.221), a los códigos sociales que nos son propios porque tanto nos hacen como los hacemos. Aquí es donde se cae la tan recurrente idea de "querer es poder". Querer no es poder. En todo caso, para hacer honor a la frase dominante, en términos relacionales habríamos de enunciar "poder es querer", porque es el repertorio social el que me permite asumir una u otra posición según lo considere oportuno, ese repertorio conversacional que dicta las formas y los

contenidos es el que permite la construcción y reconstrucción permanente de nosotros mismos: "el significado, pues, es hijo de la interdependencia. Y como no hay yo fuera de un sistema de significados, puede afirmarse que las relaciones preceden al yo y son lo fundamental" (Gergen, 1992, p.219).

Hablando de un sí mismo social en tanto elaboración relacional, debemos apuntar a sus diferentes manifestaciones situacionales, en el entendido de que la situación tampoco precede a las personas, pues no es que exista una plataforma dada que sirva como plantilla para nuestro hacer, pensar y sentir, es decir, no somos de la forma en que debemos ser ante los demás y ante nosotros mismos. Las situaciones se configuran siempre en el contacto con los otros, una situación es el establecimiento colaborativo de significados en cierto momento, establecimiento que sirve para ese sitio y para esas personas y que difícilmente podemos trasladar a otros escenarios con la seguridad de lograr una situación igual. Y ya que las situaciones no son dadas y que también se elaboran en conjunto, nosotros no somos del mismo modo en todas las situaciones, aunque éstas se consideren similares: no hay que olvidar que, aunque no hay plantilla para ser, sí hay unos marcos de significados que son el abanico de posibilidades de enunciarnos y de hacernos inteligibles para los otros y para nosotros mismos. Así, "yo" puedo ser justo en una situación e injusto en otra, porque, dicho sea de paso, la noción de justicia no es una sola y se negocia en función del choque de sus diferentes versiones e interpretaciones, Jonathan Potter ejemplifica con claridad sobre la construcción de datos estadísticos en lo que a violaciones respecta:

Para que se considere que un suceso es un 'caso de violación' y, por tanto, un dato estadístico, la víctima debe presentarse ante la policía y su descripción de los hechos debe ser aceptada. Por tanto, la incidencia oficial dependerá, entre muchas otras cosas, de las habilidades y los prejuicios de la policía y de las percepciones y los miedos de la víctima. Así, si un estudio estadístico muestra un 'aumento en el número de violaciones', este aumento se puede deber a toda una gama de causas diferentes. Podría deberse a un aumento de la violencia sexual, pero también podría deberse a un cambio en la percepción o en la sensibilidad de la policía que llevaría a más víctimas a informar del delito, con lo que se convertirían en casos; alternativamente, podría deberse a cambios en los criterios empleados para registrar casos de violación (Potter, 1996, p.75).

Dicho así, los índices de violación podrían señalar en realidad índices de aumento o disminución de la sensibilidad de la policía frente a testimonios sobre agresiones sexuales; habría que entender entonces que la valoración de un policía (que podría tacharlo de justo o injusto) sobre un testimonio de "violación" (o del delito que se quiera) puede estar atravesada, entre otras cosas, por la temperatura actual del pensamiento social sobre el tema. Hablamos así de diferentes formas de ser y estar en determinado momento, dependiendo de las relaciones sociales en que nosotros andemos: "las personas pueden

retratarse de muchas maneras dependiendo del contexto relacional. Uno no adquiere un profundo y durable 'yo verdadero', sino un potencial para comunicar y representar un yo" (Gergen, 1996, p.254). De tal manera, para ser un tipo de persona no basta con "saberlo" sino que hay que enunciarlo, porque la forma en que nos sabemos no es lo que nos permite hablar de nosotros mismos, es al revés, sabemos que nosotros somos el resultante de lo que conversamos con los demás. Hacernos inteligibles en el mundo social es parte del proceso de reconstrucción continua de nuestro estar en el mundo, ser nosotros es, entonces, conversar y conversar y volver a hacerlo, cobra sentido que se enuncie que los relatos sirven para identificarnos con otros y a nosotros mismos, para hacernos inteligibles en el mundo social (Gergen, 1996).

Pero hacernos inteligibles no es la única tarea en torno a la enunciación de un nosotros, una más, interdependiente y de igual importancia, es la configuración de las relaciones sociales que en su momento nos van construyendo. Conversamos de nosotros con los otros para afectar las mismas relaciones sociales que nos configuran. Es decir, cuando hablamos de algo lo hacemos no para reflejar lo que ese algo es per se, sino para edificar ese algo. "La 'situación', que no es 'mía' ni 'suya', es algo a lo que ambos podemos contribuir: es 'nuestra' [...] Si las realidades sociales se construyen socialmente, entonces es importante que todos podamos tener voz en el proceso de su construcción" (Shotter, 1994, p.221-222). Conversar, como ejemplo, sobre nuestra relación con alguien -padres, amigos, pareja, autoridades y un extenso etc.- o con algo -violencia, corrupción, pobreza y otro largo etcétera- lo que hace es configurar y reconfigurar esa misma relación, su naturaleza y su modo de afectarnos. G. H. Mead ha señalado que el individuo cambia, se reconstruye, pero al hacerse un individuo diferente, también afecta a la comunidad en que vive (Mead, 1934), entonces "la sociedad se transforma y en tanto que seguimos habitándola, nos habita, con sus valores y sus normas, que son las nuestras" (Bautista, 2018, p.22).

Hablamos en todo momento de un proceso dialógico de reconstrucción de nosotros mismos a través de las relaciones sociales a tiempo en que esas relaciones sociales también se van reedificando permanentemente. Por ello hemos señalado la importancia de situarnos en un marco social, cultural e histórico para poder significar quiénes somos, porque somos aquí y ahora y no podemos ser del mismo modo en otros tiempos: mientras nos alcanza la vida vamos siendo diferentes personas. Según Iñiguez (2001), una mirada histórico-social entiende la "identidad" como emergente, producto de los procesos de interacción; la ve como dependiente del conjunto de relaciones que se ponen en acción en cada contexto social específico, es decir como algo múltiple y cambiante; la considera no como algo individual o singular, sino recíproca, es decir, que responde a las informaciones que sobre nosotros mismos nos dan las otras personas; la entiende como resultante de un proceso de negociación y de ajuste que va conformando la construcción de la intersubjetividad y el mundo

de significados compartidos; y resalta, en definitiva, su dimensión socio-histórica, mientras que John Shotter (1994) asevera que sobre los intentos por ser alguien y acerca de aquellos momentos en los que intentamos darle sentido a nuestras vidas, el construccionismo social tiene mucho que decir, en tanto abre la vida psíquica interior a formas conversacionales de investigación. Más aún, revela características inadvertidas de nuestras vidas interiores: "no sólo su naturaleza incompleta, ocasionada, situada, construida y, entonces, precaria y discutible, sino también su naturaleza continua creativamente emergente" (p.213).

La configuración de la persona en términos locales, es decir, sociales, culturales e históricos, es un punto nodal aquí, porque nos posibilita comprender que no hay una realidad dada que nos envuelva: las múltiples realidades y relaciones son también construcciones locales. Así, por ejemplo, al escuchar que "somos hijos de nuestro tiempo" no debemos remitirnos a la idea en la que hay algo acabado y preexistente que nos determina como seres humanos y sociales, en cambio, insistimos, habremos de remitirnos a que en cierto tiempo y espacio hay ciertos significados en constante negociación, y que al incorporarnos a tal espacio nos vemos modelados por él y comenzamos a modelarlo de igual forma. Resulta entonces que mi versión de mí mismo no depende totalmente de mí, en el sentido de que surgió para mí dentro de una tradición de pensamiento y sólo sigue teniendo sentido dentro de esa tradición (Shotter, 1994). Así es que nada dura para siempre, porque hablar de la construcción social de un nosotros es situarnos en un terreno de relaciones, más precisamente en el de las relaciones discursivas, que nos posibilitan pensar, sentir y actuar de cierto modo para, a su vez, reconfigurar las mismas. De ahí que el mismo Mead (2008) señale al presente como la sede de la realidad, porque su propio carácter de presente ilumina la naturaleza de la realidad misma. "No debe identificarse el conocimiento con la mera presencia en la conciencia del contenido de la experiencia. Ninguna actitud de la conciencia es de por sí cognitiva" (Mead, 2008, p.253).

La forma en que nos hacemos de un marco interpretativo de nosotros mismos, de esa conciencia de sí, responde a los ambientes conversacionales de los que emanamos, porque, insistimos, cuando conversamos con los otros lo que hacemos es reconfigurar nuestro repertorio de acciones ante situaciones sociales varias, y cuando hablamos de una reconfiguración permanente de nosotros mismos nos referimos a que esas conversaciones siempre tienen revancha: al pensar (entendiendo que pensar es argumentar) en esas situaciones que discutimos y negociamos con los otros lo que estamos haciendo es discutir y negociar de nueva cuenta, nos encontramos conversando con ellos mismos, ofreciendo otros argumentos y escuchando algunos más, éstos últimos no necesariamente enunciados anteriormente por los otros; lo que ocurre es que, al ser la vida social una controversia, un lugar de argumentos en el tenor de la retórica sofística, podemos anticiparnos a la respuesta del otro aunque a ese

otro jamás se le haya escuchado tal: vivir en sociedad es respirar los dilemas del momento. Es de tal modo que podemos encarar al mundo social desde el mundo social, y lo que de original pueda tener una de nuestras ideas no es más que una elección oportuna del repertorio social ante una situación particular, sin olvidar que la valoración que de nuestra elección hacen los otros es también una de entre tantas posibilidades de conferir sentido y significado. “La amplitud del presente donde la autoconciencia se halla, la delimita el acto social en el que estamos comprometidos en particular” (Mead, 2008, p.271), por ello podemos diferenciarnos no de los otros con los que coexistimos sino sólo de nuestros antepasados, porque ni ellos ni nosotros somos capaces de penetrar un marco de significados anacrónico para ser y, en tanto comunidades de pensamiento particulares, nos encontramos constituidos por los significados de nuestro tiempo, a sabiendas de que éstos, los significados, no se encuentran en los signos sino en las relaciones.

Habiendo discutido de forma somera la naturaleza relacional y discursiva del sí mismo, del nosotros, y cómo éste se construye y reconstruye a través de los otros, podemos decir que eso que en unos espacios de discusión se considera identidad, en otros yo, en otros sí mismo y en otros self, y a lo que aquí se ha aludido en varias ocasiones como nosotros, no es algo que exista con anterioridad a su enunciación. En cualquiera de los casos, es decir, como se le quiera llamar (identidad/sí mismo/yo/self), eso no es otra cosa que una construcción teórica que de algún modo y en cierto momento ha afectado la vida cotidiana: la psicología social como lugar no de interpretación sino de construcción del mundo social. Así, siendo innegable que bajo supuestos de individualidad y aislamiento el término “identidad”, por ejemplo frente al término “sí mismo”, ha dominado el pensamiento social en el terreno tanto del discurso académico como de sentido común, habrá que insistir en la urgencia de erigir otras formas, tal vez más colectivistas y solidarias, de hablar de aquello que el concepto indica, pues al hablar de otras formas sobre algo estamos también erigiendo otros tipos de relaciones con ese algo, otras formas de pensar y de vivir. Hablar entonces de un nosotros es abrir otras posibilidades ontológicas, es hablar de un proceso relacional de construcción del sí mismo desde un discurso específico, discurso que no es mío porque en tanto es inteligible ya es de todos, es de nosotros.

REFERENCIAS

- Bajtín, M. (1979). Problemas de la poética de Dostoievski. México: FCE, 2003.
Bajtín, M. (1982). Estética de la creación verbal. México: Siglo XXI, 2012.
Bajtín, M. (2000). Yo también soy (Fragmentos sobre el otro). Buenos Aires, Argentina: Godot, 2015.

- Baudrillard, J. (1974). *La sociedad de consumo*. Madrid, España: Siglo XXI, 2009.
- Bautista, A. (2018). *Identidad y alteridad social*. Entregado para publicación
- Billig, M. (1995). *Nacionalismo banal*. Madrid, España: Capitán Swing
- Bubnova, T. (2015). Prólogo. En M. Bajtín (2000), *Yo también soy* (Fragmentos sobre el otro) (pp. 07-20). Buenos Aires, Argentina: Godot.
- Burke, P. (1993). *Hablar y callar. Funciones sociales del lenguaje a través de la historia*. Barcelona, España: Gedisa, 1996.
- Blondel, Ch. (1928). *Introducción a la psicología colectiva*. Buenos Aires, Argentina: Troquel, 1966.
- Bruner, J. (2002). *La fábrica de historias. Derecho, literatura, vida*. México: FCE, 2003.
- Cabruja, T. (1996). Posmodernidad y subjetividad: construcciones discursivas y relaciones de poder. En A.J. Gordo y J.L. Linaza (Coord.), *Psicologías, discursos y poder (PDP)* (pp. 373-390). Madrid, España: Visor, 1996.
- Fernández, P. (2004). Públicos y masas como sujetos de la psicología colectiva y protagonistas de la sociedad contemporánea. En G. Martínez y J. Mendoza (Coord.), *Cuestiones básicas en psicología social* (pp. 69-96). México: Universidad Autónoma de Tlaxcala.
- Gergen, K. (1992). *El yo saturado: dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós, 2017.
- Gergen, K. (1996). *Realidades y relaciones: aproximaciones a la construcción social*. Madrid: Paidós.
- Heath, J. y Potter, A. (2004). *Rebelarse vende: el negocio de la contracultura*. Buenos Aires, Argentina: Taurus, 2005.
- Iñiguez, L. (2001). *Identidad: de lo personal a lo social. Un recorrido conceptual*. En E. Crespo y C. Soldevilla (Coord.), *La constitución social de la subjetividad* (pp. 209-226). Madrid: Catarata.
- Lenkersdorf, K. (2005). *El mundo del nosotros*. En E. Cohen y A. Martínez (Coord.), *Lecciones de extranjería: una mirada a la diferencia*. México: Siglo XXI/Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM.
- Mead, G.H. (1934). *Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social*. México: Paidós, 1990.
- Mead, G.H. (2008). *La filosofía del presente*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Pollner, M. (1974). *El razonamiento mundano*. En E. Goffman, H. Sacks, A. Cicourel y M. Pollner (Coord.), *Sociologías de la situación* (pp. 131-165). Madrid: La piqueta, 2000.
- Potter, J. (1996). *La representación de la realidad. Discurso retórica y construcción social*. Barcelona, España: Paidós, 1998.
- Shotter, J. (1985). Social Accountability and self-specification. In K.J. Gergen and K.E. Davis (Eds.) *The Social Construction of the Person* (pp.167-189). New York: Springer.

- Shotter J. (1989). El papel de lo imaginario en la construcción de la vida social. En T. Ibáñez (Coord.), El conocimiento de la realidad social (pp. 135-156). Barcelona, España: Sendai
- Shotter, J. (1993). Realidades conversacionales. La construcción de la vida a través del lenguaje. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Shotter, J. (1994). El lenguaje y la construcción del sí mismo. En M. Pakman (Coord.), Construcciones de la experiencia humana (pp. 213-226). Barcelona: Gedisa.
- Shotter, J. (2014). Rhetoric and argumentation. In Ch. Antaki and S. Condor (Eds.), Rhetoric, Ideology and Social Psychology: Enssays in honour of Michael Billig pp. 43-56. New York: Routledge.



"Ser nosotros: un sí mismo entre lenguaje y relaciones" por Ángel Magos Pérez
está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

LA MÁSCARA DE LA FEMINIDAD: EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA COSMÉTICA FACIAL PARA MUJERES Y LA CONFIGURACIÓN DE LA IDENTIDAD SOCIAL FEMENINA

* * *

THE MASK OF FEMINITY: THE DEVELOPMENT OF THE FACIAL COSMETICS INDUSTRY FOR WOMEN AND ITS RELATIONSHIP WITH THE CONFIGURATION OF FEMALE SOCIAL IDENTITY

Santiago Bavosi¹

Laura Susana Díaz²

Sección: Artículos

Recibido: 15/03/2020

Aceptado: 11/04/2020

Publicado: 23/04/2020

Resumen

La práctica cosmética facial es una actividad humana ancestral que ha sido ejercitada por hombres y mujeres de las más diversas civilizaciones y culturas. Dicha práctica ha comprendido una innumerable cantidad de sentidos según usos y costumbres de cada colectivo social particular. Sin embargo, desde hace aproximadamente doscientos años el ejercicio cosmético facial suele ser considerado como una actividad realizada predominantemente por mujeres. Tanto es así que parece formar parte del ejercicio mismo de la identidad social femenina. En este artículo habremos de revisar cómo la industria cosmética ha contribuido a la vinculación de la identidad social femenina con el ejercicio de rituales cosméticos para el embellecimiento y cuidado de la piel de los rostros de las mujeres.

Palabras Clave: máscara, industria cosmética, identidad social femenina, prácticas cosméticas.

¹Investigador independiente de la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. Correo electrónico: santiagobavosi@gmail.com

² Estudiante avanzada de la carrera de Letras en la Universidad de Buenos Aires: lauradiazsirio@gmail.com

Abstract

Facial cosmetic practice is an ancient human activity that has been carried out by men and women from the most diverse civilizations and cultures. This practice has included an innumerable number of senses according to the uses and customs of each particular social group. However, for approximately two hundred years, facial cosmetic exercise has been considered an activity carried out predominantly by women. So much so that it seems to be part of the exercise of female social identity. In this article, we will review how the cosmetic industry has contributed to linking female social identity with the exercise of cosmetic rituals for beautifying and caring for the skin of women's faces.

Key words: mask, cosméticas industry, female social identity, cosmetic practices.

Introducción

En las sociedades actuales la industria cosmética de productos para el cuidado y embellecimiento de la piel de los rostros de las mujeres es tan masiva que se asemeja a una industria de bienes de primera necesidad.

La red de comercialización de este tipo de productos es extensa y capilar. Abarca desde locales especialmente dedicados a esta actividad, como son los casos de marcas globales como *Sephora*, *The Body Shop*, *Mac*, *Ulta* y muchas otras, hasta la presencia en perfumerías, farmacias, supermercados, kioscos y pequeños almacenes. A todo lo mencionado se debe añadir la llamada venta directa o por catálogo de marcas igualmente globales -como Avon y Natura-, la venta por catálogo y también, telefónica. A todo lo anterior se agrega hoy en día el comercio electrónico a través de todo tipo de plataformas digitales.

La presencia de los locales comerciales mencionados resulta algo tan habitual que, para todas las transeúntes de cualquier ciudad, en cualquier continente, forman parte del paisaje urbano cotidiano. Lo mismo sucede con los espacios dedicados a la comercialización de productos cosméticos en supermercados, farmacias y perfumerías. La promesa que se les hace a las mujeres de una piel más joven y bella está presente en casi todos los espacios de venta de productos de consumo masivo. Hace parte de nuestra vida cotidiana a nivel global. Nos enseña a todas y a todos que la piel de los rostros de las mujeres no solamente puede verse más joven y bella, sino que debe parecerlo.

A los fines de tomar una mínima dimensión del fenómeno del que hablamos, la marca *The Body Shop* ya cuenta con más de 3000 locales en más de sesenta y cinco países (Santos, Au-Yong-Oliveira & Branco, 2018; Stokinger & Ozuem, 2018; Denton, 2019) y continúa creciendo. La marca brasileña Natura tiene seis millones seiscientas mil consultoras de belleza alrededor del mundo CITA. Es la marca con mayor cantidad de vendedoras directas y cuenta con una presencia creciente en todos los continentes (Stokinger & Ozuem, 2018; Denton, 2019). El mayor crecimiento de Natura ha sido en América latina. El caso de la marca Sephora es el de mayor crecimiento mundial en menor cantidad de tiempo. Cuenta con más de dos mil trescientas tiendas en unos treinta y cinco países y su mayor crecimiento se ha dado en los últimos veinte años (Stokinger & Ozuem, 2018; Denton, 2019).

A nadie sorprende ya la masiva promoción publicitaria de este tipo de productos cosméticos asegurando todo tipo de efectos positivos para la apariencia facial de las mujeres. Por el contrario, nos parece natural que nos digan que un rostro femenino puede y debe verse rejuvenecido en cuestión de días o semanas, que existen verdaderos tratamientos antiedad, antiarrugas, contra las líneas de expresión, las pecas, las manchas, la sequedad, la falta de nutrición, los daños que provocan los rayos del sol, las líneas de expresión, el paso de los años y decenas de fenómenos más que son señalados como nocivos para la piel de los rostros de las mujeres.

Es posible que resulte difícil que nos sorprenda aquello por lo cual estamos atravesados tan profundamente. Hoy en día, la gran mayoría de personas que habitamos este planeta estamos directa o indirectamente expuestas a millones de mensajes procedentes del complejo industrial cosmético. Por el contrario, este tipo de mensajes está tan atomizado y masificado que, como dice John Berger (2000), ya hace parte de nuestro modo de ver contemporáneo.

A lo largo del presente artículo habremos de reflexionar acerca de cómo el surgimiento e intensificación de la industria cosmética facial para las mujeres ha relacionado su propio progreso económico con la propuesta de una identidad social femenina estrechamente vinculada al consumo y al ritual de uso de productos cosméticos. Para ello revisaremos las formas en que ha sido conceptualizado el concepto de máscara, los rituales de decoración corporal, el concepto de rostro y el desarrollo de la moderna industria cosmética. Lo habremos de analizar a la luz del concepto de máscara desarrollado por Erving Goffman a lo largo de su obra.

La piel del rostro, la máscara social.

El rostro de las personas es considerado como el espacio corporal donde convergen numerosos sentidos sociales (Crossley, 2001; Mc Phail Fanger, 2002; Nettleton & Watson, 2002; Peiss, 1990; Petersen, 2007; Saulquin, 2001; Turner, 2008). Su piel, el cutis, es analizada desde la antropología, la sociología y la psicología social, entre otras disciplinas, como superficie semiótica hacia donde se dirigen aspectos relativos a la hetero percepción y asignación de significados tanto como el propio registro o autopercepción (Foucault, 1997; Martínez Barreiro, 2004; Metzger *et al.*, 2006; Nadesan, 2010; Scott & Morgan, 2004; Waskul & Vannini, 2006). En él se inscriben las enunciaciones de los otros, sus miradas, consideraciones sociales que mutan según las épocas y los valores culturales que se sostienen como creencias compartidas (Bendelow & Williams, 2002; Corbin, Courtine, & Vigarello, 2005; Ho, 1976; Le Breton, 1995; Rella, 2004; Valentine, Lewis, & Hills, 2016).

El rostro es el espacio de la identidad y del reconocimiento social (Kenrick *et al.*, 2010; Manis *et al.*, 1972; Sarason *et al.*, 1990; Synnott, 1989; Thibaut, 2017; Vannini, 2016). En buena medida es desde los rostros y hacia los rostros donde se dirigen procesos psicosociales de estereotipia, prejuicios, clasificación, estigmatización, etc.

La apariencia facial sería, entonces, el locus social donde se devela el orden y el desorden, el ajuste o el alejamiento de principios sociales normativos. Principios que rigen, para la presentación de las personas en términos estético-corporales, lo que es o no es aceptable, lo que es pertinente o no en relación a las exigencias de contextos sociales (Le Breton, 1995; Eco, 2004; Goffman, 2012). A lo largo de su extensa obra, el sociólogo Erving Goffman plantea y propone que lo que se debe analizar son las condiciones sociales que habilitan tales

procesos psicosociales y dejar de realizar extensos e inútiles listados de atributos pasibles de devenir en objetos de estigmatización (1974, 1976, 1979, 2009, 2012, 2017).

En *La enfermedad y sus metáforas* (1989), Susan Sontag plantea que es en el rostro de las personas donde se pueden vislumbrar y entrever las pasiones humanas mientras que en sus cuerpos solo se registran las marcas que provocan tales pasiones. Como en tantos otros casos, la autora sitúa al rostro como el epicentro de la expresión de la vida humana. De igual modo lo hace el sociólogo y antropólogo David Le Breton al plantear que alrededor de los rostros se despliega una verdadera axiología de los comportamientos humanos, las habilidades, la clase social, el género, la psicología, la identidad (2018). Umberto Eco en sus textos *Historia de la belleza* e *Historia de la fealdad* afirma que es en el semblante facial humano donde se han localizado los marcadores sociales de la idea de belleza y fealdad humanas (Eco, 2004, 2007). Para Dominique Picard el rostro humano es la locación física portaestandarte que condensa toda señal de humanidad (1986).

Lo que acontece con el elemento corporal-social rostro debe ser pensado como parte de una semiótica social a través del cual lo social acontece (Benthien, 2002; Brook, 2008; Hernández, 2011; Mc Phail Fanger, 2002; Moody & Sasser, 2012; Nettleton & Watson, 2002; Poon, 2011; Scarry, 1985; Stearns, 2002; Ting-Toomey, 1994). O, como lo plantea Foucault, el propio cuerpo, y por sobre todo el rostro, es el punto cero de toda distancia y de toda cercanía (Foucault, 2010).

Dada la enorme carga social que pesa sobre el elemento corporal rostro y la profunda relevancia que tiene en cada proceso de interacción interpersonal, Goffman plantea una trilogía conceptual de suma relevancia: rostro-persona-máscara (2012). Es alrededor de esta trilogía sobre la que Goffman desarrolla sus conceptos de dramaturgia social, personificación y gestión de sí en los diversos contextos sociales y ante las diversas restricciones normativas por los cuales cada uno de estos está atravesado (Amparán & Gallegos, 2000; Burns, 2002; Dawe, 1973; Galindo, 2015; García, 2011; Herrera Gómez & Soriano Miras, 2004; Maldonado & Contreras, 2011; Manning, 2013; Smith, 2006).

A partir de la idea de máscara se propone al concepto de personificación, de encarnación de papeles según situaciones y condiciones: la gestión de la persona como máscara y la gestión de la máscara como emblema de la persona que se puede llegar a encarnar, que se debe encarnar o que se espera que cada sujeto encarne ante situaciones sociales disímiles (Goffman, 1963, 2009, 2012, 2017; Smith, 2005). Dar la cara o dar cara pasa cobrar un sentido mucho más profundo puesto que termina por suponer y abarcar al concepto de performance. Ofrecer cara según expectativas sociales es algo que será extensamente debatido en la obra de Goffman y posteriores (Cregan, 2006; Dawe, 1973; Jagger, 2008; Manning, 2013; Marrero-Guillamón, 2012; Peplo, 2014; Smith, 2013).

La idea de dar la cara, como forma de expresión para plantear las formas en que nos presentamos y disponemos ante el mundo, es extensamente

desarrollada por el propio Goffman, especialmente en *On face work* (1955). Allí denomina dar la cara a las acciones efectuadas por una persona para lograr que lo que hace resulte coherente e inteligible a los otros. El trabajo de gestión de la apariencia facilita contrarrestar "incidentes", es decir, "sucesos cuyas consecuencias simbólicas efectivas ponen en peligro a las formas en que se da cara al mundo, a la sociedad" (Goffman, 1963, p. 18).

Desde Goffman en adelante el concepto de máscara será debatido alrededor de la persona que cada sujeto pueda desplegar, logre desplegar o esté en condiciones más o menos habilitadas para desplegar (Goffman, 1974, 1976, 2017). El concepto de máscara y persona tendrá que ver con la idea de personificar (*embodiment*). Es decir, tendrá que ver con el repertorio de comportamientos que cada persona deberá desplegar para gestionar su disposición en el mundo (Ahmed & Stacey, 2003; Cregan, 2006; Goffman, 1974, 2012, 2017; Shilling, 2007).

El rostro femenino: Emblema de la belleza

En *The double standard of aging*³ (2018), Susan Sontag plantea que, en buena parte de las sociedades que habitamos, las mujeres están compelidas a personificar y encarnar una imagen de belleza y juventud. Por esta razón todo lo que se reconoce socialmente como signo corporal de envejecimiento aterrará a casi toda mujer (Sontag, 2018). La demanda social hacia las mujeres de una bella y juvenil apariencia facial ya es planteada por Simone De Beauvoir a lo largo de su obra (De Beauvoir, 1989, 1999, 2006; Simons, 2010). En su texto *La vejez* sugiere que la condición femenina gira alrededor de encarnar apariencias de mujeres jóvenes y bellas y alrededor del ejercicio cosmético de los rostros (De Beauvoir, 1980).

Tanto Sontag como Beauvoir argumentan que las mujeres están exigidas socialmente a practicar la dramaturgia de la buena apariencia facial, a través del arreglo cosmético, a los fines de practicar y sostener su condición femenina. Eco también refiere a la demanda social histórica por la apariencia femenina bella y juvenil de las mujeres, presuntamente reveladas en sus rostros (2004; 2007). Berger expresa que a lo largo de la historia hemos aprendido a homologar a las mujeres con lo que llamamos la virtud de la belleza y que es algo que se puede revisar detenidamente, cuanto menos, desde el Renacimiento a la fecha (2000). En *Modos de ver*, Berger propone algo estrechamente relacionado con lo que plantean Sontag y Beauvoir:

Los hombres actúan y las mujeres aparecen. Los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se miran a sí mismas siendo miradas. Esto no

³ El doble estándar de la vejez

solamente determina las relaciones entre hombres y mujeres sino de las mujeres para consigo mismas" (2000, p. 57)⁴.

A lo largo de su obra, Michelle Perrot revisa el extenso recorrido histórico de las tareas que las mujeres han tenido que realizar en la intimidad para poder mostrarse en sociedad con decente apariencia hacia la mirada de las otras y los otros (Ariés, *et al.*, 2011; Perrot, 1993, 1996). En *Historia de las mujeres* se señala que:

Se trata de fijar la mirada de aquel cuya atención se quiere ganar; la belleza femenina es entonces uno de los medios de esta fijación, antes incluso de cualquier intercambio. Mantener la mirada del otro es una de las condiciones de posibilidad de intercambio social (...) De esta suerte, se puede decir del primer compromiso del "parecer" que es más funcional que estético (Duby & Perrot, 1991, p.107).

En este sentido, se advierte extensamente a los hombres que deben cuidarse de los influjos de las miradas de las bellas mujeres que con rostros de ninfa les hechizan y embrujan (Duby & Perrot, 1991; Sprenger, 2010). La idea misma de ninfas y doncellas es adjudicada solamente a las mujeres que pueden ostentar rostros bellos, capaces de influir en las miradas de los hombres, alterando sus pasiones (Foster, 2000; Gowing, 2013; Perrot & Duby, 2008; Robb & Harris, 2013; Tate, 2016; Toulalan & Fisher, 2013).

La evaluación social de las mujeres de acuerdo con el buen estado de sus rostros se revela como un asunto clave para revisar críticamente las numerosas formas en que se ha ido consolidando la idea femenina alrededor de la disposición de las mujeres para la mirada ajena, la masculina (Barthel, 1988; del-Teso-Craviotto, 2006; Hammer, 2012; Heflick, Goldenberg, Cooper, & Puvia, 2011; Pliner, Chaiken, & Flett, 1990). El buen semblante de los rostros de las mujeres, su apariencia bella y joven, se ha ido instituyendo como uno marcador social clave de la conformación de la identidad social femenina.

El discurso de la cultura corporal resiste o niega el envejecimiento: en general, los cuerpos hermosos son presuntos cuerpos jóvenes (Coupland y Coupland, 1993). Y si bien esto aplica al cuerpo en general, en el rostro, nuestra interface con el mundo, esto es aún mayor. Le Breton afirma que "el rostro es la juventud en el imaginario social del mundo occidental" (1995).

En las mujeres, el rostro adquiere significativa importancia (Synnott, 1993). La cara es un espacio semiótico para la autoidentificación, un espacio con zonas clave, cada una con sus propias cualidades negociadas para la atracción, tanto social como sexual: ojos, mejillas, labios y suavidad de la piel, etc. (Coupland y Coupland, 1993).

⁴ Traducción de los autores.

De acuerdo con lo que cada contexto social valore como aceptable en términos de belleza y juventud se evaluará al estado facial de las mujeres (Bloch & Richins, 1992; Chapkis, 1986; Davis, 1991; Freedman, 2002; Halprin, 1995). De esta manera, los signos faciales que se consideran como indeseables o no aceptables son el producto instituido de la apariencia facial esperada en las mujeres (Brook, 2008; Davis, 1995; Slevect y Tiggemann, 2010).



Figura 1. Publicidad de Pond's. "¡Los signos de la edad empiezan debajo!". Tomado de *The Ladies Home Journal* (1936, p.39).

"Los signos de la edad" como arrugas, poros dilatados y piel seca, no solo son consideradas "fallas reveladoras de las pieles", sino que, además, están presentes siempre "debajo de la piel" (Fig.1). Así, las arrugas faciales se convierten en equivalentes del deterioro de la belleza y de la juventud de las mujeres y, por tanto, de la salida del "mercado" erótico (Calasanti, 2007). Las arrugas se transforman en símbolos corporales del llamado paso del tiempo en la medida en que se consideran como elementos ajenos a la apariencia de bella juventud (Ogle y Damhorst, 2005; Pike, 2010).

Eco plantea que las mujeres dejan de ser consideradas ninfas y doncellas en cuanto sus rostros evidencian manchas, pecas, pelos, espinillas, arrugas y otros elementos que se consideran impropios de la juventud (2004; 2007). En la medida en que la virtud de la belleza y de la fealdad le es asignada a la mujer y a sus rostros, cada una de ellas sentirá presiones sociales como ningún hombre ha

sentido jamás (Corbin *et al.*, 2006; Le Breton, 1995, 2018; Rella, 2004; Vigarello, 2005, 2009).

En la medida en que el capitalismo se afirma como sistema económico, crece el mercantilismo y comienza a masificarse el consumo de bienes, la belleza esperada pasa a ser un objeto de consumo más y deja de pertenecer exclusivamente a los círculos aristocráticos. La belleza se expande como valor de mercancía y con ella la necesidad de contar con elementos técnicos que faciliten su circulación así como su restricción (Melchior-Bonnet, 2014).

A lo largo de su trabajo de investigación sobre la historia del espejo, Melchior-Bonnet da cuenta de la transformación del objeto espejo hacia el dispositivo social espejo como el elemento clave para el escrutinio y evaluación del adecuado o inadecuado estado facial femenino. Así, como también lo es el rostro para la feminidad, el espejo es el lugar donde indagar la corrección, o no, de la mujer (Fig.2).



Figura 2. Publicidad de Tinkal. Tomado de *Para Tí* (1929a, p.47).

Desde mediados del siglo XVIII a nuestros días, se ha producido una progresiva intensificación de la mercantilización de la belleza. Esto ha supuesto una equivalente intensificación de la mercantilización de la apariencia del rostro femenino como emblema fisiológico y simbólico de la apariencia de eterna juventud como atributo y condición homóloga a la de belleza (Angeloglou, 1970; Black, 2004; Buss, 2016; Chaudhri & Jain, 2014). Se pasa del concepto de buen gusto por la buena presencia de los círculos nobiliarios a la economía de mercado de la buena apariencia facial femenina (riberiro, 2013; Jeffreys, 2014; Plumwood, 2002; Ribeiro, 2011).

En la actualidad, la demanda de belleza a los rostros de las mujeres aparece como fruto de una extensa e incesante construcción social de las puestas en escena de las mujeres (Le Breton, 2010). En relación con lo anterior, dice Barthes en *Mitologías*:

El rostro de la Garbo representa ese momento inestable en que el cine extrae una belleza existencial de una belleza esencial, cuando el arquetipo va a inflexionarse hacia la fascinación de figuras perecederas, cuando la claridad de las esencias carnales va a dar lugar a una lírica de la mujer (2008, p. 62).

Como lo plantea Berger, las imágenes de la belleza femenina, que circulaban de manera privada en contextos nobiliarios como representaciones pictóricas, pasaron a ser objetos de consumo masivo con el advenimiento de la burguesía, y aún más con industrialización masiva de la cosmética y sus anuncios publicitarios que reproducen las históricas y repetidas formas de exposición de la idea del par juventud-belleza femenina (Berger, 2000). Hoy en día, la industria de la belleza y la industria cosmética plantea y propone al ritual cosmético de la máscara facial de las mujeres como un asunto ritual naturalizado y consolidado, al trabajo permanente y sistemático (Jones, 2010; Kwan & Trautner, 2009; Parish & Crissey, 1988; Shallu & Gupta, 2013; Wolf, 1991).

Sentidos sociales asignados a las prácticas cosméticas.

Actualmente, el ritual cosmético facial está asociado exclusivamente a prácticas realizadas por mujeres. A los fines de poder elucidar algunos puntos relevantes para el presente trabajo, proponemos una mirada un poco más extensa de la actividad cosmética y de algunos de sus significados sociales.

Hablar de la cosmética como práctica supone a referir a rituales de decoración del propio cuerpo que, cuanto menos, remiten al período paleolítico superior, unos 35.000 años atrás (Necipoğlu & Payne, 2016). Los sentidos y significados de la decoración y ornamentación corporal han variado a lo largo del tiempo hasta llegar a lo que hoy en día comprendemos por cosmética (Jones, 2011; Winckelmann, 1980). Desde el período paleolítico superior en adelante, se ha interpretado que la decoración del propio cuerpo ha estado asociada a figuraciones folclóricas de la propia actividad social: ilustraciones en el cuerpo de experiencias de la vida cotidiana (Brantingham *et al.*, 2004; Honour & Fleming, 2005).

La ornamentación personal se encuentra en casi toda civilización (Ayyar, 1987; Baysal, 2019). Muchos estudios comprenden a dicha actividad como una forma de expresión y creación de identidad grupal y de reconocimiento colectivo (Perlès, 2018). A lo largo de distintas investigaciones antropológicas y arqueológicas se han hallado vestigios y signos de este tipo de prácticas en todos los continentes (Ayyar, 1987; Bania, 2014; Ward, 1909).

La progresión de los estudios de antropología ha permitido conocer el fuerte sentido ritual que han tenido las prácticas de ornamentación, decoración y vestimenta en la historia de cada una de las culturas y civilizaciones (Dani & Masson, 1999; Haynes, 2000; Sadowski, 2009; Asimov, 1998). Se han encontrado

evidencias de decoración corporal como forma de celebración de fin de períodos de cosecha (Asimov, 1998; Ehret, 2002) y, en África, sobre ornamentaciones y pinturas para simbolizar la adoración de la naturaleza y sus frutos (Connah, 2016). En el caso de las civilizaciones mesoamericanas se han identificado ornamentaciones de diverso tipo para simbolizar tanto jerarquía militar como social y linaje (Rosenswig & Rosenswig, 2010), acceso a nuevos niveles de autoridad (Carmack *et al.*, 2016), sacrificios, duelos, matrimonios y mucho más (Palka, 2010; Fernandez-Armesto, 2001).

La práctica de coloración facial ha estado muy relacionada a lo que hoy se definiría como performance (Bruzzi & Gibson, 2013; Dani & Masson, 1999; Sherrow, 2001). El concepto de performance, en el sentido de personificar, ha sido recuperado con fuerza por Goffman, quien precisamente lo toma tanto en su acepción romana así como lo liga a la idea de máscara (Belknap & Leonard, 1991; Goffman, 2012; Hardie-Bick, 2008; Manning, 2013; Smith, 2006; Verhoeven, 1993).

El concepto de personificación aparece como central a las prácticas de decoración, maquillaje y ornamentación (Bouttiaux & Turine, 2009; Jones, 1997; Markman & Markman, 1989; Pernet, 2006). En muchas de las culturas africanas, mesoamericanas, mesopotámicas, asiáticas y de Oceanía, la coloración de los rostros se ejercitaba como forma de encarnar a otras personas dentro de rituales específicos, como forma de poder acercarse al resto del colectivo social desde una persona diferente (Fernandez-Armesto, 2001; Mahar, 1999).

Las prácticas de ornamentación y decoración personal también han sido utilizadas para marcar a personas que infringían normas o tradiciones sociales. Así, la ornamentación de la cara se va transformando en la persona, la máscara a través de la cual se adquiere relevancia social, tanto positiva, negativa o como mera condición del ser en una circunstancia dada. Las prácticas de decoración del cuerpo son formas de alcanzar densidad social en términos de reconocimiento (Goffman, 1955; Pernet, 2006; Stewart, 2017). Tanto es así que podemos encontrar muchas que, en muchas culturas, la expresión “quitarse la máscara” es dar cuenta de un fin de farsa y la develación del verdadero rostro que se encuentra detrás de lo verdadero, lo que presuntamente ya no podría ser salvaguardado por ornamentación alguna (Pernet, 2006).

Conceptualizaciones en torno al concepto de máscara

Para comprender el concepto de máscara y la profunda conexión que guarda con las formas de ornamentación y disposición ante los demás, es relevante indagar alrededor del término y sus varias comprensiones. Partiremos de la perspectiva sociológica de Goffman para pensar la relación entre el concepto de máscara y la gestión de la identidad social.

En la antigua China, el concepto de rostro está ligado al de máscara, tal y como lo retoma Goffman (2012). El interés que tiene Goffman por el concepto chino de máscara guarda relación con los significados que tiene el término en esa

cultura, siendo que la palabra rostro y cara se usan para significar reputación, respeto por uno mismo, prestigio o dignidad (DeMello, 2012).

La articulación entre rostro y máscara solo puede ser entendida a partir de la relevancia que tiene para la llamada cultura tradicional china. En dicha cultura, el concepto de cara incluye la actividad de poder mostrar la cara, que una persona esté socialmente habilitada para dar la cara, que posea las dotes para hacerlo en tanto y en cuanto no haya acometido un acto vergonzoso, no haya herido la susceptibilidad de una figura social de relevancia (Hodge *et al.*, 1998; Kuei, 2000; Ngan & Kwok-bun, 2012; Zou, 2011). Por lo tanto, para la cultura china, la máscara no solamente es rostro o cara sino también el acto de dar la cara (Hodge *et al.*, 1998; Kuei, 2000). En esta forma de comprender la idea de máscara hay una conexión con el modo en que lo hacía la antigua civilización griega (Jevons, 1916; Meineck, 2017).

En griego, la palabra máscara es prósopon (en griego antiguo: *πρόσωπον*; literalmente: "delante de la cara"). En este caso, la máscara aparece como aquello que se utiliza para personificar, en particular, a deidades y voces (Meineck, 2017). La sola presencia de la máscara habilita al código de interpretación mutua entre actores y público para que éste último comprenda que está en presencia de esas instancias emocionales, es decir, habilita reconocimiento social (Jevons, 1916).

De manera similar al caso griego, la máscara era utilizada en el teatro romano. El término "persona" era empleado para denominar a cada una de las máscaras que los actores estaban habilitados a portar ante el público. Solo al ver dichas máscaras, el público podía comprender cuál era el rol de cada actor en escena (Wiles, 2004).

A nuestros días ha llegado la idea grecorromana de máscara, no solamente como apariencia sino como acto de manifestación, de rol y de disposición (Wiles, 2004; Jevons, 1916). De allí se deriva que el concepto sociológico de rostro-cara está relacionado a la idea de personificar, de poder encarnar a otra individualidad simbólica (Goffman, 1955).

La noción de impresión e impacto social a través de la máscara es lo que precisamente retoma Goffman en *Estigma* (1963). En ese texto se condensan muchos sentidos del concepto de máscara social que deberá ser gestionada adecuadamente con miras a poder dar una buena cara social. Una máscara adecuada será aquella capaz de lograr una buena impresión. Si la impresión es mala, la vergüenza debería apoderarse de la persona y deberá esconder su cara, su persona, hasta tanto recupere su prestigio, tal y como se plantea también en la antigua tradición china (Kuei, 2000; Ngan & Kwok-bun, 2012).

La noción de "dar cara" ha estado estrechamente ligada al concepto de vergüenza, noción que es muy relevante para la psicología social (Goffman, 1963; Nathanson, 1987; Powers, 2010). Este concepto está emparentado con numerosos comportamientos relativos a la adecuación de las personas a contextos sociales y sus reglas tanto como lo está con la idea de norma social.

Todo el concepto de dar la cara, del *facing*, tiene que ver con los ajustes a prerrogativas sociales (Arundale, 2006; Goffman, 1955).

La gestión pública de la propia cara y todo el simbolismo que esto supone en términos de interacción social guarda relación con la persona que cada sujeto puede llegar a ser y gestionar dentro de situaciones y condiciones concretas (Goffman, 2017; Maldonado & Contreras, 2011; Ogle & Damhorst, 2005). Como lo expone Jerome Bruner, cuando una persona está en una situación de correos, se comporta como correo y acorde las pautas que la situación demandan (Bruner, 1990).

La idea de vergüenza se liga con todo aquello lo que un contexto puede comprender como vergonzante, en caso de que las personas que integran un colectivo social no se ajusten al carácter normativo implícito de convivencia (Hinshaw, 2007; Nathanson, 1987). En tal sentido, esta idea de vergüenza se relaciona con el concepto de estigma con que trabaja Goffman (1963). Allí explicita que resulta irrelevante hablar de las marcas corporales, simbólicas, religiosas, de preferencias sexuales o de cualquier otro tipo porque, en definitiva, lo que existen no son atributos pasibles de ser estigmatizados sino condiciones sociales que les asignan cargas simbólicas negativas (Goffman, 1963).

Máscara, teatro, ritual, rostro, cara y persona van componiendo una red de conceptos que se articulan alrededor de la apariencia facial de las personas, una apariencia siempre en búsqueda de dar una "buena cara" (Arundale, 2006; Goffman, 1981). Así, la preparación de la propia máscara remite, según Goffman, a la preparación para la adecuación de la persona a la vida social (Goffman, 1955, 2012). Desconocer la norma social sobre las formas de gestión de la máscara facial llevan a que los sujetos deban lidiar con la impresión social de una identidad social dañada (Goffman, 1963).

Desarrollo de la industria cosmética

Si bien se pueden rastrear recetas de cremas faciales en recetarios ya en la Antigüedad, fue recién a fines del siglo XVIII cuando se comenzaron a popularizar fórmulas caseras para el tratamiento de diferentes tipos de asuntos del cutis de las mujeres. La difusión de estos productos, junto a la creciente industrialización, dieron por resultado lo que hoy llamamos industria de la belleza.

Entre finales del siglo XIX y comienzos del XX, nace una institución nunca antes vista: la de los "cuidados de la belleza", que viene a confirmar una visión más unificada del embellecimiento (Vigarello, 2009, p. 17). De manera no casual los espacios de venta y comercialización de productos cosméticos han sido denominados como "belleza" y "cuidado personal". Este hecho da cuenta de la conjunción entre prácticas de arreglo personal y prácticas higiénicas (Kumar *et al.*, 2006).

Expresiones como "producto de belleza" y "cuidados de la belleza" aparecen en este momento incipiente de la industria cosmética como una gran novedad

(Vigarello, 2005). La aparición de estas nuevas expresiones habla de la importancia que la época le asigna a la apariencia de belleza facial de las mujeres, una preocupación lo suficientemente aceptada como para proponer una verdadera política de cuidados estético-faciales, recurriendo, de manera presunta, a todas las novedades técnicas de su tiempo.

La industria cosmética, junto con los medios masivos de comunicación, impulsó un ideal de apariencia-belleza: parecer jóvenes y bellas pasa a ser un imperativo existencial para las mujeres. Así, el ritual cosmético facial pasa a ser considerado como una práctica por la que toda mujer debe preocuparse y ocuparse. Para poder llevarlo a cabo necesita recurrir, precisamente, al uso de productos cosméticos que la propia industria cosmética provee (Butler, 2000; Draelos, 2000; Peiss, 1990; Ruck, 2018; Snook, 2011; Willett, 2010; Wolf, 1991; Wolkowitz, 2006).

De acuerdo con el propio discurso de la industria, se deben maquillar a los llamados signos del paso del tiempo, a la vez que se los debe comprender como una patología que es posible tratar gracias a lo que la industria cosmética ofrece. Se debe combatir a la apariencia de vejez de manera firme y sostenida, porque es un asunto orgánico que daña a la identidad social femenina y por tanto avergüenza a las mujeres (Clarke, 2010; Kampf & Botelho, 2009; Pike, 2010).



Figura 3. Publicidad de Hinds.
Tomado de *Para Tí* (1929b, p.37).



Figura 4. Publicidad de Hinds.
Tomado de *Para Tí* (2015, p.25).

Las promesas que realizan los productos (Fig.3), apelan a enunciados que tienen por común denominador la advertencia del futuro como un espacio temido (Calasanti, 2007). Lo que se propone y plantea en las publicidades de cosmética

facial es la prevención de la vejez y la invitación a que, vía el consumo de estos productos, se realicen todos los esfuerzos que estén al alcance del bolsillo de las mujeres para que la "monstruosidad" del envejecimiento no se haga presente (Domínguez Rendón, 2011; Freixas, 1998; Guerrero, 2007; Rey, Cachero, y Serrano, 2008; Sanz, 2001), para que la belleza no desaparezca.

La industria cosmética, el gran motor económico y psicosocial

Detrás de las prácticas de cuidado y embellecimiento del cutis se encuentra un verdadero complejo industrial compuesto de decenas de industrias. La práctica diaria de utilización de este tipo de productos da trabajo a unas más de 15 millones de personas en el mundo según cifras oficiales (Jones, 2010).

Desde principios del siglo XIX la industria cosmética ha emergido como una industria dedicada exclusivamente a las mujeres, y para atender asuntos de su específico interés: verse más bellas y lucir mejor (Peiss, 1990). Desde el inicio de los llamados salones de belleza en Francia hasta su expansión a lo largo de todo el mundo, las prácticas de embellecimiento han estado ligadas a la idea de acompañar con belleza a los hombres, disponerse de manera bella hacia éstos, ofrecer una cara con decoro a otras mujeres y ofrecer una apariencia facial debidamente adecuada para salir al mundo (Blanco-Dávila, 2000).

Esta industria comenzó con la venta de productos como jabones, cremas y lociones y rápidamente fue ampliando la oferta en la medida en que rápidamente crecieron las ventas y, por ende, las prácticas de consumo de las mujeres; especialmente entre la primera y la segunda revolución industrial. El fenómeno de migración masiva hacia las ciudades fue acompañado por el incremento del consumo de productos y servicios para la recreación, el placer y el entretenimiento (Chaudhri & Jain, 2014).

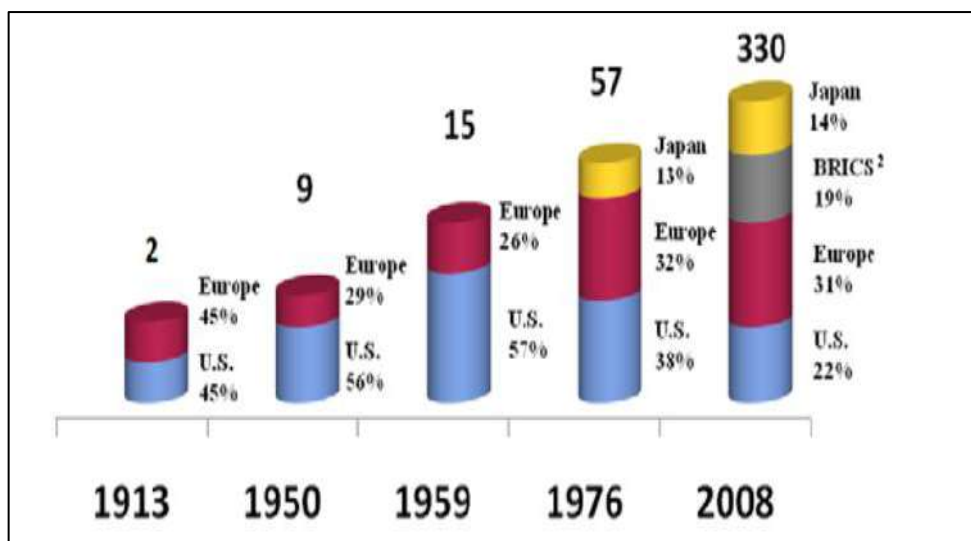
La primera revolución industrial generó una transformación social de un profundo impacto que se expandió a todo el resto de los continentes. Desde Europa, se exportaron bienes, formas de producción y, sobre todo, de consumos culturales (Vail, 1947). Así, desde principios de siglo XIX, se genera un intensivo proceso de homogenización de estilos de vestir y de lucir públicamente, una modificación social que luego habría de denominarse moda o tendencia (Hutchings, 2000).

De manera conjunta a los productos, lo que se expandió fue el mercado de la apariencia y de la aspiración de las apariencias por efecto de la masificación de los productos de belleza (Hutchings, 2000). En el caso específico de los productos cosméticos faciales, para la vista de todos los colectivos sociales alrededor del mundo, se comenzó a desplegar lo que muchos/as han denominado como la conformación de verdaderas políticas de apariencia femenina (Wolf, 1991).

El caso de la industria cosmética es tan particular que nunca ha visto mermadas sus ventas, tanto en casos de guerras como en recesiones económicas. Tampoco durante la última gran crisis económica financiera de 2008 (Mutascu & Murgea, 2017; Vorisek, 2017). Esto la ha convertido en objeto de numerosos

estudios porque, entre otras cosas, al menos el 98% del consumo de la totalidad de productos lo realizan las mujeres (Connelly, 2013).

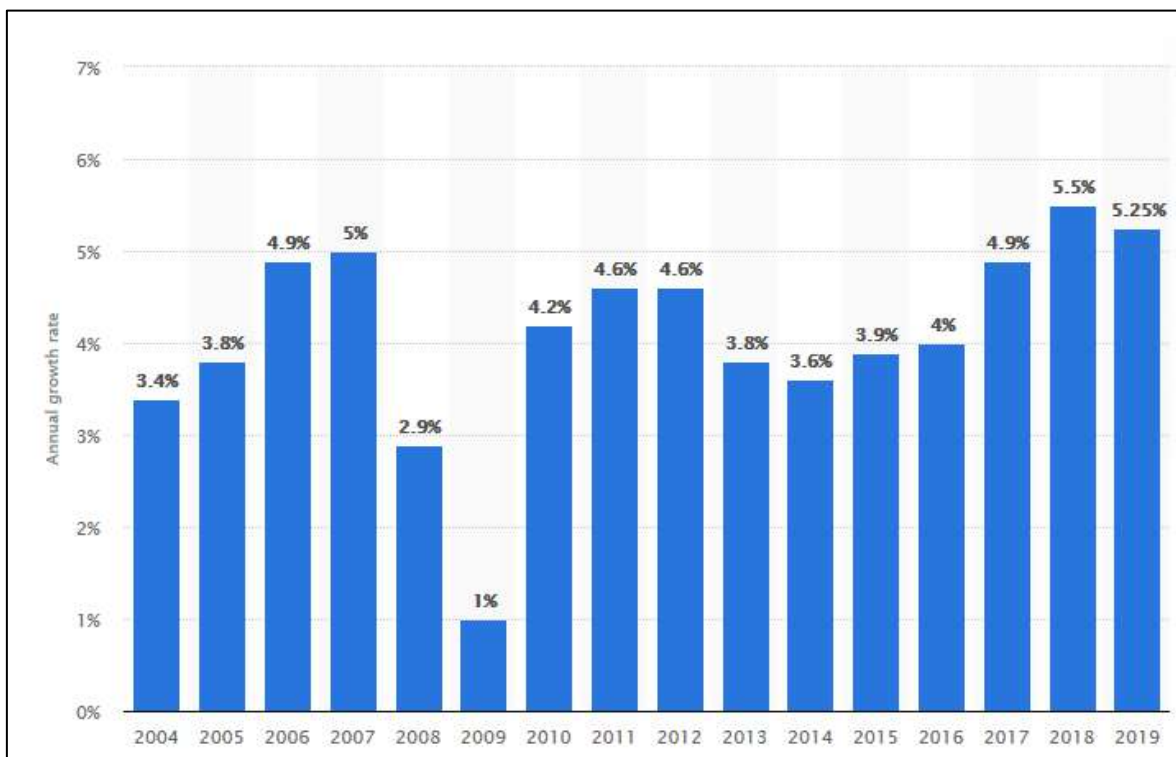
Los datos de crecimiento de esta industria hablan por sí solos en relación con las prácticas de consumo y cosméticas por parte de mujeres. La industria no ha visto mermar jamás sus ventas. En la gráfica que sigue se puede ver una trayectoria histórica desde principios de siglo XIX a la fecha:



Gráfica 1. Crecimiento estimado del mercado global de la belleza de 1913 a 2008 (los datos están expresados en dólares estadounidenses). Los datos que van de 1913 a 1976 fueron tomados de la producción. En el caso de los correspondientes a 2008 fueron tomados de ventas minoristas. Fuente: Jones (2010, pp. 366-367)

Decir que la industria cosmética no ha sufrido pérdidas económicas en ningún momento de sus más de 150 años de historia es lo mismo que decir que, desde ese entonces, son cada vez las más mujeres que compran y consumen productos para embellecer y cuidar la apariencia de la piel de sus rostros (Connelly, 2013). Es decir, el que el complejo industrial cosmético sea cada vez más grande y facture cientos de miles de millones de dólares de manera ininterrumpida, supone necesariamente hablar de prácticas sociales que pueden ser definidas como verdaderas prácticas cosméticas (Grogan, 2006; Morganti *et al.*, 2019). Hablamos de cientos de millones de mujeres que compran productos cosméticos para el cuidado y el maquillaje de la apariencia de la piel de sus rostros, todos los días del año y en todos y cada uno de los países. En suma, referir a los actos de compra y de consumo como prácticas cosméticas supone necesariamente hablar de un fenómeno psicosocial igualmente gigantesco (Mutascu & Murgea, 2017).

El crecimiento que ha tenido la industria cosmética en los últimos veinte años evidencia una intensificación de las prácticas cosméticas faciales llevadas a cabo por las mujeres. Parte de esto lo podemos observar en la siguiente gráfica:



Gráfica 2. Crecimiento anual del mercado mundial de cosméticos de 2004 a 2019. Fuente: Shahbandeh (2020).

La industria cosmética y, por tanto, las prácticas cosméticas, no han dejado de crecer. Incluso durante la crisis financiera de 2008, que afectó gravemente a todas las economías del mundo, la industria cosmética solo vio mermado su crecimiento (Stoking & Ozuem, 2018; Denton, 2019). Según distintos analistas, las ventas de los primeros años del presente siglo indican que las mujeres están gastando prácticamente el doble en el año 2019 de lo que lo hacían a comienzos del año 2000 (Santos, Au-Yong-Oliveira & Branco, 2018; (Stoking & Ozuem, 2018; Denton, 2019). Los países y regiones que presentan mayores crecimientos son los llamados BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), América latina y el conjunto del sudeste asiático (Stoking & Ozuem, 2018).

En nuestros días se estima que una mujer puede llegar a utilizar hasta treinta productos cosméticos diferentes para cuidados faciales a lo largo de un año (Featherstone, 2010; Whitney, 2013). Si al número anterior le agregáramos todo lo que se corresponde con la categoría maquillaje, deberíamos hablar de más de doscientos productos; y esto son solo estimaciones aproximadas (Kwan, 2016). El total de productos para cosméticos faciales que hoy en día se ofrecen para el embellecimiento y el cuidado de la piel de los rostros de las mujeres resulta muy difícil de calcular.

Hoy en día, a lo largo de todo el mundo, las mujeres consumen cotidianamente productos cosméticos faciales para trabajar su máscara social y procurar mejorar su apariencia y la de la persona más o menos femenina que consigan alcanzar a través del ejercicio ritual de la práctica cosmética.

Conclusiones.

A lo largo del presente artículo hemos revisado las actuales comprensiones de prácticas cosméticas a partir del concepto de máscara planteado por Erving Goffman. Hemos visto que el fenomenal desarrollo comercial de la llamada industria de la belleza ha estado inexorablemente ligado a prácticas de consumo de productos y discursos cosméticos por parte de mujeres de todo el mundo.

Identificamos que la industria cosmética opera valiéndose de imaginarios sociales disponibles sobre prácticas de ornamentación y decoración corporal, así como de las restricciones que cada contexto social impone a las personas en materia de la gestión de sus máscaras sociales y de la buena apariencia. De manera específica, hemos expuesto que el crecimiento del fenómeno comercial cosmético facial constituye también un fenómeno psicosocial de suma relevancia. Lo que se observa es que las prácticas de consumo de productos cosméticos revelan y exponen el consumo de la propuesta simbólica que la propia industria cosmética extiende a todas las mujeres: alcanzar su identidad femenina exclusivamente a través de las prácticas de compra y consumo de sus productos cosméticos.

Desde fines del siglo XVIII a la fecha, se les propone a las mujeres y a la sociedad en su conjunto una equiparación, una homologación y una fusión simbólica entre producto cosmético y apariencia facial femenina. Desde fines del siglo XIX se propone que la persona femenina se realiza a través del ritual cosmético facial. La definición de un buen trabajo cosmético, y por ende de un buen ejercicio de la feminidad, parece mensurarse en los cientos de miles de millones de dólares que la industria cosmética factura anualmente.

Observamos que la industria cosmética, a través de las prácticas de producción, promoción y venta, termina por operar como un verdadero dispositivo social. La propia industria otorga nuevos sentidos y significados a la concepción de máscara social de las mujeres proponiendo al conjunto de la sociedad una definición muy específica de la persona femenina. La mujer devendrá femenina en la medida en que ejercite cosméticamente su máscara y la disponga tal y como la industria lo plantea: con cuidada apariencia facial de belleza y juventud.

Finalmente, consideramos que, dada la magnitud del fenómeno cosmético a nivel mundial, resulta de suma relevancia una prospectiva analítica crítica desde la psicología social alrededor del mismo. De esa forma se podrá poner en cuestionamiento sistemático lo que hoy aparece como naturalizado: la cosmética facial como asunto clave de la feminidad de las mujeres.

REFERENCIAS

- Ahmed, S., & Stacey, J. (2003). *Thinking through the skin*. Londres: Routledge.
- Amparán, A. C., & Gallegos, A. L. (2000). El enfoque dramático en Erving Goffman. *Revista Polis*, 2, 239–255.
- Angeloglou, M. (1970). *A History of Make-up*. New York: Macmillan.
- Ariés, et al. (2001). *Historia de la vida privada*. Madrid: Taurus.
- Arundale, R. B. (2006). Face as relational and interactional: A communication framework for research on face, facework, and politeness. *Journal of Politeness Research. Language, Behaviour, Culture*, 2(2).
- Asimov, M.S. (1998). *History of Civilizations of Central Asia*. Paris: UNESCO Publ.
- Ayyar, S. (1987). *Costumes and Ornaments as Depicted in the Sculptures of Gwalior Museum*. Delhi: Mittal Publications.
- Bania, U. (2014). *The History of Traditional Assamese Ornaments*. Nagaon: Utpal Bania.
- Barthel, D. (1988). *Putting on appearances: Gender and advertising*. Philadelphia: Temple University Press.
- Barthes, R. (2008). *Mitologías*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.
- Baysal, E. L. (2019). *Personal Ornaments in Prehistory: An exploration of body augmentation from the Palaeolithic to the Early Bronze Age*. Oxford; Havertown, PA: Oxbow Books.
- Belknap, P., & Leonard, W. M. (1991). A conceptual replication and extension of Erving Goffman's study of gender advertisements. *Sex Roles*, 25(3), 103–118.
- Bendelow, G. A., & Williams, S. J. (2002). *The lived body: Sociological themes, embodied issues*. London: Routledge.
- Benthien, C. (2002). *Skin: On the Cultural Border Between Self and the World*. New York: Columbia University Press.
- Berger, J. (2000). *Modos de ver*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Black, P. (2004). *The beauty industry: Gender, culture, pleasure*. London: Routledge.
- Blanco-Dávila, F. (2000). Beauty and the body: The origins of cosmetics. *Plastic and reconstructive surgery*, 105(3), 1196–1204.
- Bloch, P. H., & Richins, M. L. (1992). You look "mahvelous": The pursuit of beauty and the marketing concept. *Psychology and Marketing*, 9(1), 3-15.
- Bouttiaux, A. M. (2009). Persona: Masks of Africa—Identities Hidden and Revealed. *African arts*, 42(3), 62-71.
- Brantingham, P. J., Kuhn, S. L., & Kerry, K. W. (2004). *The Early Upper Paleolithic Beyond Western Europe*. University of California Press.

- Brook, H. (2008). Feed your face. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 22(1), 141–157.
- Bruner, J. (1990). *Actos de significado. Más allá de la revolución cognitiva*. Madrid: Alianza.
- Bruzzi, S., & Gibson, P. C. (2013). *Fashion Cultures Revisited: Theories, Explorations and Analysis*. London: Routledge.
- Burns, T. (2002). *Erving Goffman*. London: Routledge.
- Buss, D. M. (2016). *The Evolution of Desire*. New York: Basic Books.
- Butler, H. (2000). *Poucher's perfumes, cosmetics and soaps*. Dordrecht: Springer.
- Butler, H. (2013). *Poucher's perfumes, cosmetics and soaps*. London: Kluwer Academic Publishers.
- Calasanti, T. M. (2007). Bodacious Berry, Potency Wood and the Aging Monster: Gender and Age Relations in Anti-Aging Ads. *Social Forces*, 86(1), 335–355.
- Carmack, R. M., Gasco, J. L., & Gossen, G. H. (2016). *The Legacy of Mesoamerica: History and Culture of a Native American Civilization*. London: Routledge.
- Chapkis, W. (1986). *Beauty secrets: Women and the politics of appearance*. Boston: South End Press.
- Chaudhri, S. K., & Jain, N. K. (2014). History of cosmetics. *Asian Journal of Pharmaceutics (AJP): Free full text articles from Asian J Pharm*, 3(3).
- Clarke, L. H. (2010). *Facing age: Women growing older in anti-aging culture* (Vol. 1). Rowman & Littlefield Publishers.
- Connah, G. (2016). *African Civilizations: An Archaeological Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Connelly, B. D. (2013). *The organic beauty industry: A gendered economic review*. Tesis de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Denver.
- Coupland, N., & Coupland, J. (1993). Discourses of ageism and anti-ageism. *Journal of Aging Studies*, 7(3), 279–301.
- Corbin, A., Courtine, J.-J., & Vigarello, G. (2006). *Historia del cuerpo*. Madrid: Taurus.
- Cregan, K. (2006). *The sociology of the body: Mapping the abstraction of embodiment*. London: Sage.
- Crossley, N. (2001). *The Social Body: Habit, Identity and Desire*. London: SAGE.
- Dani, A. H., & Masson, V. M. (1999). *History of Civilizations of Central Asia*. Delhi: Motilal Banarsidass Publ.
- Davis, K. (1991). Remaking the She-Devil: A Critical Look at Feminist Approaches to Beauty. *Hypatia*, 6(2), 21–43.
- Davis, K. (1995). *Reshaping the female body: The dilemma of cosmetic surgery*. New York: Routledge.
- Dawe, A. (1973). The underworld-view of Erving Goffman. *The British Journal of Sociology*, 24(2), 246–253.
- De Beauvoir, S. (1980). *La vejez*. Buenos Aires: Sudamericana.

- De Beauvoir, S. (1989). *La plenitud de la vida*. Buenos Aires: Edhasa.
- De Beauvoir, S. (1999). *El segundo sexo*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- De Beauvoir, S. (2006). *Diary of a Philosophy Student: Volume 1, 1926-27*. Illinois: University of Illinois Press.
- del-Teso-Craviotto, M. (2006). Words that matter: Lexical choice and gender ideologies in women's magazines. *Journal of Pragmatics*, 38(11), 2003-2021
- Denton, K. (2019). *How social media uses the psychology of persuasion to influence the purchase of beauty products to the young generations*. Tesis doctoral, Southern New Hampshire University.
- DeMello, M. (2012). *Faces around the World: A Cultural Encyclopedia of the Human Face: A Cultural Encyclopedia of the Human Face*. Santa Barbara, California: ABC-CLIO.
- Domínguez Rendón, R. A. (2011). Evaluación ciudadana de la publicidad engañosa: Condición para la gobernanza de la ciencia y la tecnología. *Trilogía*, (1), 127-152
- Draelos, Z. D. (2000). Cosmetics and skin care products: A historical perspective. *Dermatologic clinics*, 18(4), 557-559.
- Duby, G., & Perrot, M. (1991). *Historia de las mujeres en Occidente*. Madrid: Taurus Ediciones.
- Eco, U. (2004). *Historia de la Belleza*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (2007). *Historia de la fealdad*. Barcelona: Lumen.
- Ehret, C. (2002). *The Civilizations of Africa: A History to 1800*. Oxford: James Currey Publishers.
- Featherstone, M. (2010). Body, image and affect in consumer culture. *Body & society*, 16(1), 193-221.
- Fernandez-Armesto, F. (2001). *Civilizations: Culture, Ambition, and the Transformation of Nature*. New-York: Free Press.
- Foster, G. A. (2000). *Troping the Body: Gender, Etiquette, and Performance*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Foucault, M. (1997). Nacimiento de la biopolítica. *Archipiélago: Cuadernos de crítica de la cultura*, 30, 119-124.
- Foucault, M. (2010). *El cuerpo utópico: Las heterotopías*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Freedman, E. B. (2002). *No turning back: The history of feminism and the future of women*. New York: Ballantine Books.
- Freixas, A. (1998). «La mires como la mires, no la verás»: El doble estándar del envejecimiento en la publicidad televisiva. *Comunicación & cultura*, (3), 29-40
- Galindo, J. (2015). Erving Goffman y el orden de la interacción. *Acta sociológica*, 66, 11-34.
- García, M. R. (2011). De personas, rituales y máscaras. Erving Goffman y sus aportes a la comunicación interpersonal. *Quórum académico*, 8(15), 78-94.

- Goffman, E. (1955). On face-work: An analysis of ritual elements in social interaction. *Psychiatry*, 18(3), 213–231.
- Goffman, E. (1963). *Estigma: La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Argentina.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA, US: Harvard University Press.
- Goffman, E. (1976). Replies and responses. *Language in society*, 5(3), 257–313.
- Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. London: Macmillan.
- Goffman, E. (1980). *Behavior in public places*. New York: Free Press.
- Goffman, E. (1981). *Forms of talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Goffman, E. (2009). *Relations in public*. Transaction Publishers.
- Goffman, E. (2012). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goffman, E. (2017). *Interaction ritual: Essays in face-to-face behavior*. London: Routledge.
- Gowing, L. (2013). *Common Bodies—Women, Touch and Power in Seventeenth-Century England*. New Haven: Yale University Press.
- Grogan, S. (2006). Body image and health: Contemporary perspectives. *Journal of health psychology*, 11(4), 523–530.
- Guerrero, M. M. (2007). Análisis semiótico del concepto actual de «Belleza» en la publicidad dirigida a la mujer. *Trastornos de la conducta alimentaria*, (5), 483–506.
- Halprin, S. (1995). *Look at my ugly face!: Myths and musings on beauty and other perilous obsessions with women's appearance*. New York: Penguin.
- Hammer, G. (2012). Blind women's appearance management: Negotiating normalcy between discipline and pleasure. *Gender & Society*, 26(3), 406–432.
- Hardie-Bick, J. (2008). Book Reviews: Extended Review: Erving Goffman: Contemporary Debates Extended review Erving Goffman: contemporary debates, 497–501.
- Haynes, S. (2000). *Etruscan Civilization: A Cultural History*. Los Angeles: Getty Publications.
- Heflick, N. A., Goldenberg, J. L., Cooper, D. P., & Puvia, E. (2011). From women to objects: Appearance focus, target gender, and perceptions of warmth, morality and competence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47(3), 572–581.
- Hernández, G. (2011). *Classic Beauty: The History of Makeup*. Atglen, PA: Schiffer Publishing, Limited.
- Herrera Gómez, M., & Soriano Miras, R. M. (2004). La teoría de la acción social en Erving Goffman. *Papers: revista de sociología*, 73, 059–79.
- Hinshaw, S. P. (2007). *The mark of shame: Stigma of mental illness and an agenda for change*. Oxford: Oxford University Press.
- Ho, D. Y. (1976). On the concept of face. *American journal of sociology*, 867–884.

- Hodge, R. I. V., Hodge, B., Louie, K., & Louie, P. K. (1998). *The Politics of Chinese Language and Culture: The Art of Reading Dragons*. London; New York : Routledge.
- Honour, H., & Fleming, J. (2005). *A World History of Art*. London: Laurence King Publishing.
- Hutchings, K. (2000). Beauty begins at 7am: Cosmetics, fashion, consumer goods and beauty mythology in 1950s and 1960s Australia. *Journal of Australian Studies*, 24(64), 43-52.
- Jagger, G. (2008). *Judith Butler: Sexual politics, social change and the power of the performative*. London: Routledge.
- Jeffreys, S. (2014). *Beauty and misogyny: Harmful cultural practices in the West*. London: Routledge.
- Jevons, F. B. (1916). Masks and the Origin of the Greek Drama. *Folklore*, 27(2), 171-192.
- Jones, E. J. (1997). *Sacred Mask, Sacred Dance*. St. Paul, Minn.: Llewellyn Publications.
- Jones, G. (2010). *Beauty imagined: A history of the global beauty industry*. Oxford: Oxford University Press on Demand.
- Jones, G. (2011). Globalization and Beauty: A Historical and Firm Perspective. *EurAmerica*, 41(4), 885-916.
- Kampf, A., & Botelho, L. A. (2009). Anti-Aging and Biomedicine: Critical Studies on the Pursuit of Maintaining, Revitalizing and Enhancing Aging Bodies. *Medicine Studies*, 1(3), 187-195.
- Kenrick, D. T., Neuberg, S. L., Cialdini, R. B., & Cialdini, P. R. B. (2010). *Social psychology: Goals in interaction*. New York: Pearson.
- Kuei, C. A. (2000). *Face Reading: Keys to Instant Character Analysis*. New York: M. Evans & Company.
- Kumar, S., Massie, C., & Dumonceaux, M. D. (2006). Comparative innovative business strategies of major players in cosmetic industry. *Industrial Management & Data Systems*, 106(3), 285-306.
- Kwan, S. (2016). Beauty Industry. *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Gender and Sexuality Studies*, 1-2.
- Kwan, S., & Trautner, M. N. (2009). Beauty work: Individual and institutional rewards, the reproduction of gender, and questions of agency. *Sociology Compass*, 3(1), 49-71.
- Le Breton, D. (1995). *Antropología del cuerpo y modernidad/Anthropologie du corps et modernité*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Le Breton, D. (2010) *Rostros. Ensayo de antropología*. Buenos Aires: Letra Viva.
- Le Breton, D. (2018). *La sociología del cuerpo* (Vol. 99). Siruela.
- Mahar, W. J. (1999). *Behind the Burnt Cork Mask: Early Blackface Minstrelsy and Antebellum American Popular Culture*. Urbana: University of Illinois Press.

- Maldonado, A. M., & Contreras, L. Z. (2011). La interacción social en el pensamiento sociológico de Erving Goffman. *Espacios públicos*, 14(31), 158–175.
- Manis, J. G., Meltzer, B. N., & Manis, J. G. (1972). *Symbolic interaction: A reader in social psychology*. Boston: Allyn and Bacon.
- Manning, P. (2013). *Erving Goffman and modern sociology*. New York: John Wiley & Sons.
- Markman, P. T., & Markman, R. H. (1989). *Masks of the Spirit: Image and Metaphor in Mesoamerica*. Berkeley: University of California Press.
- Marrero-Guillamón, I. (2012). Descentrar el sujeto. Erving Goffman y la teorización del sujeto. *Revista internacional de sociología*, 70(2), 311–326.
- Martínez Barreiro, A. (2004). La construcción social del cuerpo en las sociedades contemporáneas. *Papers: revista de sociología*, 73, 127-152.
- Mc Phail Fanger, E. (2002). Cuerpo y cultura. *Razón y Palabra*, 25.
- Meineck, P. (2017). *Theatrocracy: Greek Drama, Cognition, and the Imperative for Theatre*. London: Taylor & Francis.
- Melchior-Bonnet, S. (2014). *Historia del espejo*. Buenos Aires: Edhasa.
- Metzger, P. L., Santuzzi, A. M., & Ruscher, J. B. (2006). *Body Image and Expected Future Interaction*.
- Moody, H. R., & Sasser, J. R. (2012). *Aging: Concepts and controversies*. London: Sage.
- Morganti, P., Morganti, G., Chen, H. D., & Gagliardini, A. (2019). Beauty Mask: Market and Environment. *J Clin Cosmet Dermatol*, 3(2).
- Mutascu, M., & Murgea, A. (2017). *Globalization and financial performances in French cosmetic industry*.
- Nadesan, M. H. (2010). *Governmentality, Biopower, and Everyday Life*. London: Routledge.
- Nathanson, D. L. (1987). *The Many Faces of Shame*. New York: Guilford Press.
- Necipoğlu, G., & Payne, A. (2016). *Histories of Ornament: From Global to Local*. Princeton: Princeton University Press.
- Nettleton, S., & Watson, J. (2002). *The Body in Everyday Life*. London: Routledge.
- Ngan, L. L.-S., & Kwok-bun, C. (2012). *The Chinese Face in Australia: Multi-generational Ethnicity among Australian-born Chinese*. New York: Springer.
- Ogle, J. P., & Damhorst, M. L. (2005). Critical reflections on the body and related sociocultural discourses at the midlife transition: An interpretive study of women's experiences. *Journal of Adult Development*, 12(1), 1–18.
- Palka, J. W. (2010). *The A to Z of Ancient Mesoamerica*. Lanham: Scarecrow Press.
- Para Tí*(1929a). 393, 11 de noviembre.
- Para Tí*(1929b). 379, 05 de agosto.
- Para Tí*(2015). 4839, 17 de abril.

- Parish, L. C., & Crissey, J. T. (1988). Cosmetics: A historical review. *Clinics in dermatology*, 6(3), 1–4.
- Peiss, K. (1990). Making Faces: The Cosmetics Industry and the Cultural Construction of Gender, 1890-1930. *Genders*, 7, 143-169.
- Peplo, F. F. (2014). El concepto de performance según Erving Goffman y Judith Butler. *Documentos de trabajo*, 1(3).
- Perlès, C. (2018). *Ornaments and Other Ambiguous Artifacts from Franchthi: Volume 1, The Palaeolithic and the Mesolithic*. Bloomington, Indiana: Indiana University Press.
- Pernet, H. (2006). *Ritual Masks: Deceptions and Revelations*. Eugene: Wipf and Stock Publishers.
- Perrot, M. (1993). Salir. *Historia de las mujeres en Occidente*, 461–496.
- Perrot, M. (1996). La juventud obrera: Del taller a la fábrica. *Historia de los jóvenes*, 101–166.
- Perrot, M., & Saúl, M. (2008). *Mi historia de las mujeres*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Petersen, A. (2007). *The Body in Question: A Socio-Cultural Approach*. Hoboken: Taylor & Francis.
- Picard, D. (1986). *Del código al deseo: El cuerpo en la relación social*. Buenos Aires: Paidós.
- Pliner, P., Chaiken, S., & Flett, G. L. (1990). Gender differences in concern with body weight and physical appearance over the life span. *Personality and social psychology bulletin*, 16(2), 263–273.
- Plumwood, V. (2002). *Feminism and the Mastery of Nature*. London: Routledge.
- Poon, L. W., & Cohen-Mansfield. (2011). *Understanding well-being in the oldest old*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Powers, M. (2010). *From Shame to Beauty (Women of the Word Bible Study Series)*. Grand Rapids: Chosen Books.
- Rella, F. (2004). *En los confines del cuerpo*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Rey, J., Cachero, A. P., & Serrano, M. R. (2008). *Publicidad y sociedad: Un viaje de ida y vuelta*. Sevilla: Comunicación Social.
- Ribeiro, A. (2011). *Facing Beauty*. New Haven: Yale University Press.
- Robb, J., & Harris, O. J. T. (2013). *The Body in History: Europe from the Palaeolithic to the Future*. New York: Cambridge University Press.
- Rosenswig, R. M., & Rosenswig, R. M. (2010). *The Beginnings of Mesoamerican Civilization: Inter-Regional Interaction and the Olmec*. Cambridge University Press.
- Ruck, N. (2018). Beauty Industry. *Krisis–Journal for Contemporary Philosophy*.
- Sadowski, P. (2009). *From Interaction to Symbol: A Systems View of the Evolution of Signs and Communication*. Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- Santos, R., Au-Yong-Oliveira, M., & Branco, F. (2018). L'Oréal and its innovative differentiated positioning process in the beauty industry. In European

- Conference on Innovation and Entrepreneurship. Academic Conferences International Limited, Septiembre, 717-XII.
- Sanz, R. S. (2001). Las mujeres en la publicidad: Análisis, legislación y aportaciones para un cambio. *Acciones e investigaciones sociales*, (13), 43–60.
- Sarason, B. R., Sarason, I. G., & Pierce, G. R. (1990). *Social support: An interactional view*. New York: John Wiley & Sons.
- Saulquin, S. (2001). El cuerpo como metáfora. *Designis*, (1), 0169-185.
- Scarry, E. (1985). *The Body in Pain: The Making and Unmaking of the World*. New York: Oxford University Press.
- Scott, S., & Morgan, D. (2004). *Body Matters: Essays On The Sociology Of The Body*. London: Routledge.
- Shahbandeh, M. (18 de marzo de 2020). Growth rate of the global cosmetics market 2004-2019. Recuperado de <https://www.statista.com/statistics/297070/growth-rate-of-the-global-cosmetics-market/>
- Shallu, M., & Gupta, S. (2013). Impact of promotional activities on consumer buying behavior: A study of cosmetic industry. *International Journal of Commerce, Business and Management*, 2(6), 379–385.
- Sherrow, V. (2001). *For Appearance' Sake: The Historical Encyclopedia of Good Looks, Beauty, and Grooming*. Phoenix, Ariz.: Oryx Press.
- Shilling, C. (2007). Sociology and the body: Classical traditions and new agendas. *The sociological review*, 55(1_suppl), 1–18.
- Simons, M. A. (2010). *Feminist Interpretations of Simone de Beauvoir*. Pennsylvania: The Pennsylvania State University Press.
- Slevec, J., & Tiggemann, M. (2010). Attitudes toward cosmetic surgery in middle-aged women: Body image, aging anxiety, and the media. *Psychology of Women Quarterly*, 34(1), 65–74.
- Smith, G. (2006). *Erving Goffman*. London: Routledge.
- Smith, G. (2013). The dramaturgical legacy of Erving Goffman. *The Drama of Social Life: A Dramaturgical Handbook*, 57–72.
- Snook, E. (2011). *Women, Beauty and Power in Early Modern England: A Feminist Literary History*. London: Palgrave Macmillan.
- Sontag, S. (1989). *La enfermedad y sus metáforas. El sida y sus metáforas*. Barcelona: Random House Mondadori.
- Sontag, S. (2018). The double standard of aging. En *The Other Within Us* (pp. 19–24). London: Routledge.
- Sprenger, K. Y. (2010). *El martillo de las brujas*. Valladolid: Editorial Maxtor.
- Stearns, P. N. (2002). *Fat History: Bodies and Beauty in the Modern West*. New York: NYU Press.
- Stewart, S. (2017). *Painted Faces: A Colourful History of Cosmetics*. Chalford: Amberley Publishing Limited.

- Stokinger, E., & Ozuem, W. (2018). The intersection of social media and customer retention in the luxury beauty industry. *Digital Marketing and Consumer Engagement: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, 1305-1328.
- Synnott, A. (1989). Truth and goodness, mirrors and masks—Part I: A sociology of beauty and the face. *The British Journal of Sociology*, 40(4), 607–636.
- Synnot, A. (1993) *The body social*. London; New York: Routledge.
- Tate, S. A. (2016). *Black Beauty: Aesthetics, Stylization, Politics*. London: Routledge.
- The Ladies Home Journal (1936). 53, Enero-Junio.
- Thibaut, J. W. (2017). *The social psychology of groups*. London: Routledge.
- Ting-Toomey, S. (1994). *The Challenge of Facework: Cross-Cultural and Interpersonal Issues*. SUNY Press.
- Toulalan, S., & Fisher, K. (2013). *The Routledge History of Sex and the Body: 1500 to the Present*. London: Routledge.
- Turner, B. S. (2008). *The Body and Society: Explorations in Social Theory*. London: SAGE.
- Vail, G. M. (1947). *A history of cosmetics in America*. New York: Toilet Goods Association, Incorporated.
- Valentine, T., Lewis, M. B., & Hills, P. J. (2016). Face-space: A unifying concept in face recognition research. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 69(10), 1996–2019.
- Vannini, P. (2016). *Body/Embodiment: Symbolic Interaction and the Sociology of the Body*. London: Routledge.
- Verhoeven, J. C. (1993). An Interview With Erving Goffman, 1980. *Research on Language and Social Interaction*, 26(3), 317-348.
- Vigarello, G. (2005). *Corregir el cuerpo: Historia de un poder pedagógico*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Vigarello, G. (2009). *Historia de la belleza: El cuerpo y el arte de embellecer desde el Renacimiento hasta nuestros días*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Vorisek, R. (2017). *Cross-Cultural Comparison of Cosmetic Procedures in Latin America and East Asia*. Tesis presentada en la Universidad de Mississippi
- Ward, J. (1909). *Historic Ornament: Prehistoric art; ancient art and architecture; eastern, early Christian, Byzantine, Saracenic, Romanesque, Gothic, and renaissance architecture and ornament*. Chapman and Hall, limited.
- Waskul, D. D., & Vannini, P. (2006). *Body/embodiment: Symbolic Interaction and the Sociology of the Body*. Aldershot: Ashgate.
- Whitney, J. D. (2013). Beauty made plastic: Constructions of a Western feminine ideal. *Word and Text, A Journal of Literary Studies and Linguistics*, 3(02), 119–132.
- Wiles, D. (2004). *The Masks of Menander: Sign and Meaning in Greek and Roman Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Willett, J. A. (2010). *The American beauty industry encyclopedia*. Santa Barbara, Calif.: Greenwood Press.
- Winckelmann, J. J. (1980). *The History of Ancient Art*. Boston: J.R. Osgood.
- Wolf, N. (1991). *The beauty myth: How images of beauty are used against women*. Toronto: Random House of Canada.
- Wolkowitz, C. (2006). *Bodies at work*. London: Sage.
- Zou, H. (2011). *A Jesuit Garden in Beijing and Early Modern Chinese Culture*. West Lafayette, Ind.: Purdue University Press.



"La máscara de la feminidad: el desarrollo de la industria cosmética facial para mujeres y la configuración de la identidad social femenina" por Santiago Bavosi y Laura Susana Díaz está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

EL TIEMPO DE LOS JÓVENES COMO INSTANCIA DE LA LETRA OSCILANTE

José Sánchez Jiménez¹

Sección: Disertaciones

Recibido: 10/02/2020

Aceptado: 28/02/2020

Publicado: 23/04/2020

Pensar en la juventud y escribir sobre ella ha sido un desafío que las más de las veces resulta inaprehensible o se les desliza a quienes se han autonombrado y conferido el título de estudiosos de la juventud. Algo de ímpetu debe haber en la motivación para hacerlo y quizá se debe a la manera como han quedado inscritos o comprendidos por la modernidad o sus figuras alusivas –posmodernidad, tardomodernidad (Habermas, et.al., 2008) o segunda modernidad (Giddens, 1993)–, como borramiento y reescritura y, en seguida, como vínculo multimodal que demanda la comunicación instantánea y digitalizada. Sin duda se trata de una cuestión del tiempo asociada o vinculada con el lugar desde donde se realiza o des-realiza la juventud. Esta primera decisión teórica tiene un carácter heurístico. Si la juventud es borrada y reescrita y se hace patente en el hipertexto, entonces su concepción y abordaje es del dominio de la semiótica. Para comprender lo que ello implica es necesario situarse en la propuesta de fondo: aquello que adquiere la aspectualidad de lo juvenil se comprende como una oscilación entre palimpsesto e hipertexto.

El hipertexto es definido como “todo texto derivado de un texto anterior por transformación simple (diremos en adelante *transformación* sin más) o por transformación indirecta —diremos *imitación*” (Genette, 1989: 18).

La definición nos obliga a pensar en la permanencia de una cualidad o aspectualidad: ¿qué es la juventud? ¿Algo de ella permanece fijada en un texto previo que será reescrito? La reescritura presupone que algo se ha borrado y que en el otro extremo, en el nuevo texto en el cual se ha transformado el previo, bien de manera directa o por imitación; ha quedado una suerte de *architexto*, para tomar en préstamo las propias definiciones de Gérard Genette. Se trata, por tanto, de una invocación a la juventud como si se tratase de una categoría que se transforma de manera directa o por imitación, aludiendo a un texto previo cuya

¹ Profesor e investigador del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), Ciudad de México. Correo electrónico: jsanchez@ciesas.edu.mx

estabilidad o autenticidad no necesariamente queda refigurada o completamente sustituida. La inestabilidad de sentido y su reenvío a una huella (*arché*) demanda de un camino retroactivo y en oposición a uno progresista que borra o forcluye un proceso: ¿cómo se deviene joven? Es, a mi modo de ver, algo de lo que subyace a la propuesta heurística de situar desde el título indicial de la obra, el movimiento oscilatorio donde la juventud queda inscrita como instancia de la letra.

El palimpsesto es una figura retórica invocada para dar cuenta de una multiplicidad de significados subyacentes o que permanecen ocultos en una palabra o proferencia verbal. Este carácter heteroglósico ha sido señalado, en otra dirección, por la filosofía del lenguaje referido a los usos como significados y como expresión de una forma de vida (Wittgenstein, 2002), más que una definición metafórica o de reemplazo, puesto que la desambiguación de una frase llevaría a una búsqueda incesante de significantes flotantes. Es por ello que, quienes como Martín-Barbero, apelan a la heurística de lo indecible, proponen abordar la juventud como un desplazamiento constante e inaprehensible, y más de las veces resistente a definiciones rigidificadas por lógicas de poder asimétricas y epistemologías reduccionistas que la convierten en un objeto de estudio inamovible.

Por otra parte, se nombra hipertexto a un vínculo que soporta caracteres y códigos cuya extensión multimodal rebasa con mucho la capacidad de contención de datos que un formato es capaz de sostener, de suerte tal que se lo reenvía como un vínculo o llamado a un archivo externo. La idea de hipertexto subyace a un mecanismo relacional e informático, es decir, a un vínculo electrónico o digitalizado que puede o no tener lugar en tiempo real. El hipertexto ha planteado retos de programación y, la manera como se adelgaza el grosor de archivos hasta lograr que sean lo más ligeros posibles o portables, marcan una diferencia en la carrera por ofrecer plataformas o diseños de programas de computación para aligerar la transferencia de datos.

La confusión de lenguajes y el soporte que hace portable y adelgaza el formato para la transferencia de datos, permite la modificación del entorno de la comunicación y produce sus efectos de ligereza en los vínculos. ¿Se adelgazan los vínculos sociales y se agilizan las relaciones? ¿Se amplía la relación deslocalizada con el mundo? El derrotero de la reflexión nos permite situar un mapa, en este caso, el que nos propone Jesús Martín-Barbero, a través de una compilación de ensayos publicados entre 1990 y 2000.

Pensemos en esta afirmación para comprender el texto que nos presenta el prologuista, Néstor García Canclini y, la epiloguista, Rossana Reguillo: Los jóvenes están comprendidos en el palimpsesto y en el hipertexto si y solamente si, oscilan entre ambos. ¿Son los jóvenes una suerte de borramiento y re-escritura? Una propuesta similar ocurre en *Baudolino* de Umberto Eco (2001) cuando apela a la restitución de los caracteres que han sido tachados en el pergamino y que trazan una familia de semejanza con el lector que acaba de contemporizar con la letra

desfigurada del texto. En su reescritura, se habilita otra lectura. Ocurre entonces una degradación y una extensión. Por borramiento y reescritura otros caracteres aparecen y otorgan legibilidad al texto: del latín al español ha ocurrido la emergencia de un nuevo lenguaje, que podría considerarse, simultáneamente, reminiscencia o eco del precedente, e innovación y diferencia radical del anterior. Desde ahí, ¿cómo contemporizar con la juventud? Esta es la mirada convocante que ha quedado plasmada en el indicio textual de la obra *Jóvenes. Entre el palimpsesto y el hipertexto*, que conjunta las reflexiones de Jesús Martín-Barbero, acerca de la juventud a lo largo de varios años.

Sin duda, la primera afirmación de la secuencia textual de artículos, demandará del lector cierta sagacidad y capacidad de escucha por lo que ahí se deja decir en el tono sintomal de una época, a saber: el vínculo electrónico ha trastocado las relaciones sociales y el orden social. Consecuentemente, la teoría social debe refigurar su instrumental teórico-metodológico para corresponder al giro de la información y las comunicaciones. Esta tesis nos remite a la discusión sobre la memoria, saberes e imaginario social (Martín-Barbero: 2017: 41). En efecto, en el horizonte de la segunda modernidad o, postmodernidad, la velocidad de la información se convirtió en el eje de la discusión sobre el desorden cultural, la relación entre los jóvenes, la escuela y la tecnificación de las ciudades.

El trabajo pionero del geógrafo Paul Virilio (1997) se convirtió en un acicate para redimensionar las relaciones sociales y lo que Anthony Giddens (1995), para la sociología, conceptualizó como las consecuencias de la modernidad y el desorden social actual. Virilio, en su texto sobre *la velocidad* habría situado la problemática de fondo: en un mundo virtual donde la velocidad de la información desafía las coordenadas socioespaciales, ¿podemos seguir manteniendo las aristas del espacio y tiempo para conceptualizar lo real? La virtualidad y los vínculos a los que hoy nos hemos acostumbrado, hace diez años, no alcanzaban a fijar su estatuto de verdad. Martín-Barbero, fue uno de los primeros en reflexionar sobre las implicaciones de la informatización de la sociedad y el vínculo electrónico en América Latina, apelando a un alegato heideggeriano que hacía pasar por la crítica de la reproducción técnica. Las citas y convergencias de las reflexiones posmodernas encuentran en Walter Benjamin (1989) un atajo para desformalizar el arte moderno, para despojarlo de su carácter personalista y aurático a favor de la crítica de la reproductibilidad técnica que da lugar a la colectivización del arte y la emergencia de las identidades pastiche (Lash, 2007: 199-216). Benjamin habría anticipado la estrechez del espacio y la masificación del acceso tecnificado al mundo en detrimento de la experiencia, o por qué no, su ampliación y rapidez de contagio en un torrente virtual de flujos de comunicación.

Conviene ilustrar el concepto de aura, que más arriba hemos propuesto para temas históricos, en el concepto de un aura de objetos naturales. Definiremos

esta última como la manifestación irreplicable de una lejanía (por cercana que pueda estar). Descansar en un atardecer de verano y seguir con la mirada una cordillera en el horizonte o una rama que arroja su sombra sobre el que reposa, eso es aspirar el aura de esas montañas, de esa rama. De la mano de esta descripción es fácil hacer una cala en los condicionamientos actuales del actual desmoronamiento del aura. Estriba éste en dos circunstancias que a su vez dependen de la importancia creciente de las masas en la vida de hoy. A saber: *acercar* espacial y humanamente las cosas es una aspiración de las masas actuales. (Benjamin, 1989: 4)

El lector podrá encontrar ecos de esta reflexión en el texto que ofrecemos para su lectura. Adelantamos brevemente esta idea que, a mi modo de ver, abarca el dominio teórico de las preocupaciones por contemporizar con una categoría analítica inasible, como la de juventud, vuelta instancia de la letra oscilante –de un significante a otro en una cadena semiológica que se desliza.

Jesús Martín-Barbero afirma que la inopia que escande la *episteme* y la *techné*, es la reducción de la técnica como utensilio del *cogito*. Nos reenvía entonces a las relaciones constitutivas que prefiguran y advienen, como en la obra de arte *heideggeriana*, en “lo constituyente de lo humano” (id., 124). Advierte el autor que hemos pasado del mundo de la técnica hacia la *tecnicidad del mundo*. No se trata de una fuerza impuesta por el artista en su capacidad de creación lo que conferirá a la obra de arte su aura, puesto que la cosa misma habilita las condiciones propias de la instalación en el mundo donde habrá de inscribirse la obra de arte. Lo constituyente habilita la tecnificación del mundo. Lo eco-tecno-simbólico ha quedado impreso como lo constituyente de lo humano. Recordemos que en Heidegger se establece un corte con la fenomenología de Husserl, aun subsidiaria del *cogito* cartesiano, a favor de una concepción de la facticidad del existir como un mundo que ocurre o acontece y en-torno al cual hemos de cuidar y de cuidarnos (Heidegger, 2000: 105). Si en la obra de arte, el utensilio deja de ser una reducción de los significados a la concreción de la obra, que nos recuerda el trayecto de la condición existente del arte en sus múltiples circunvoluciones, por ejemplo, desde la raíz arbórea hasta su concreción como lápiz y su postrer uso por el dibujante, toda relación con el mundo es tecnificada y queda establecida de manera eco-tecno-simbólica. Es decir, una extensión proteica del cuerpo humano que establece una relación con el mundo, en tanto que hay algo preexistente donde habrá de quedar constituida la relación entre humano y mundo, deviene tecnificación del mundo. El paisaje sería otro ejemplo de ello. Para comprender la ruptura a la que alude el pasaje que condensa la intención teórica en el trayecto del pensamiento de Martín-Barbero al que aludimos, me permito invocar el sentido tecnificado de lo humano al que alude Rosi Braidotti por el impacto en la concepción cartesiana que hace valer la distancia entre sujeto-objeto, como un mundo pensado y construido por el pensamiento:

La relación entre lo humano y el otro tecnológico ha cambiado en el contexto contemporáneo, para tocar niveles sin precedentes de proximidad e interconexión. La condición humana es tal que obliga al deslizamiento de las líneas de demarcación entre las diferencias estructurales, o entre las categorías ontológicas, por ejemplo, entre lo orgánico y lo inorgánico, lo original y lo manufacturado, la carne y el metal, los circuitos electrónicos y los sistemas nerviosos. (Braidotti, 2013: 108)

En este contexto se inscribe la reflexión sobre la subjetividad que ha quedado mediada por las nuevas tecnologías de la información. Como una extensión proteica, la subjetividad ha sido virtualizada por el en-torno informático con sus diversos impactos en el plano de la vida social: identidades, vínculos efímeros, expansión de redes, digitalización de los movimientos sociales, entre otros. Sobre este alegato se ha escrito una vasta literatura que se comprende en torno a una familia y figuras de semejanza -justo las figuras de lenguaje que el autor condensa como palimpsesto e hipertexto-: modernidad líquida y sus efectos de amplificación de la lógica de lugar en detrimento de la civilidad y las mínimas reglas de lo público para garantizar el tránsito efímero por la desmemoria y la vacuidad (Bauman, 2004: 111); vacío y ligereza a favor del adelgazamiento de las instituciones y de las relaciones sociales (Lipovetsky, 2016), saturación y ebullición de las relaciones sociales (Gergen, 2006), el viaje imposible, los no lugares y la futilidad de la nostalgia (Augé, 1998), territorios en movimiento y caosmosis (Deleuze y Guattari, 2008; Guattari, 1996), entre otros. En antropología, ocurre algo semejante, la extensión proteica de los cuerpos y las nuevas ontologías, apelan al artificio de la subjetivación y la desjerarquización de relaciones sometidas a categorías unívocas por aquellas otras, más bien de tipo rizomáticas y no antropocéntricas (Viveiros de Castro, 2010).

El abanico de ensayos colectados en la obra comentada, tiene lugar y se apuesta por la transformación del ágora y de los modos de subjetivación establecidos o dispuestos por el vínculo electrónico e informático. Si la década de 1990 se ocupó por hacer de la ciudadanía una extensión de derechos en la esfera cultural, con propuestas como la de Renato Rosaldo (2000) sobre la creación de la cuarta dimensión ciudadana -ciudadanía cultural- y la democracia como forma de vida, por la filósofa María Pía Lara (1992); la primera década del Siglo XXI, se las tiene que haber con la refiguración de la ciudadanía frente a los procesos de mayor movilidad y flujos de bienes, personas y códigos. ¿Qué dimensiones de pertenencia socioterritorial habrán de prevalecer en la letra oscilante de la juventud?:

... hoy ser ciudadano tiene que ver con pertenecer a un lugar, pero la ciudad hoy está atravesada por flujos, lo más quieto es cada vez más líquido, es cada vez más fluido. Entonces hay una contradicción: ser ciudadano es un arraigo

pero a la vez te conecta con el mundo, esta doble de la ciudadanía hoy es clave. El mundo comienza al otro lado de las tapias de tu barrio, necesitamos una ciudad sin tapias, necesitamos una ciudad que sólo los jóvenes pueden construir porque los jóvenes pueden conjugar el mundo con esa necesidad de raíz, de pertenecer a un grupo, de pertenecer a un barrio, a una tierra, a un lugar, a un horizonte, a una puesta de sol (Martín-Barbero: 2017: 184).

La afirmación sobre el estatuto de lo público rebasa las escalas de pertenencia socioterritorial. Hoy asistimos a la ampliación de la esfera de derechos y la reformulación del estatuto de las fronteras entre público, privado, doméstico e íntimo. La discusión sobre globalización y localidad nos indica un camino de reflexión que demanda el abordaje de los problemas sociales más allá de sus aristas románticas o modernas, es decir, hacia los vínculos lábiles, cambiantes y des-jerarquizados por las viejas categorías analíticas de herencia aristotélica. Los territorios son cambiantes en sus fronteras no menos que la concepción de bienes que se disputan desde el ejercicio ciudadano. Ahí la geopolítica se confronta con fenómenos sociales emergentes y concreta las ciudadanías en flujo. Es importante reconsiderar la obra de Jesús Martín-Barbero a la luz de la heurística de la movilidad y los procesos de desterritorialización (Deleuze y Guattari, 2008), las sociedades en red (Latour, 2008), la economía de signos (Lash y Urry, 1998), y otras vertientes del deflacionismo; la renuncia a la verdad y el post-nihilismo (Rorty, 1996; Vattimo, 2010). ¿Por qué? Debido al carácter inaprehensible de la juventud como categoría y apuesta por la vida en un mundo que se ha ensanchado y desafiado las aristas del espacio-tiempo, tal como lo concebía la modernidad. También porque las relaciones sociales no gravitan, o cada vez lo hacen menos, en torno a las lógicas de pertenencia socioterritorial del estado nación o del pertrecho romántico en categorías esencialistas de carácter identitario y, por último, en función de la divergencia por establecer el valor de verdad en las relaciones sociales potenciadas por el vínculo electrónico, entre aquellos que apelan a la autenticidad versus quienes critican el estatuto del giro comunicacional e informático como concreción de un mundo de apariencias.

Desde aquí una invitación a leer el texto de Jesús Martín-Barbero e introducirnos en otros caminos de apertura para acceder a la problemática indecible de la juventud; comprendida como instancia de la letra oscilante... entre el palimpsesto y el hipertexto.

REFERENCIAS

- Augé, Marc, 1998, *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*, Barcelona, Gedisa.
- Bauman, Zygmunt, 2004, *Modernidad líquida*, Buenos Aires, México.
- Benjamin, Walter, 1989, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Buenos Aires, Taurus.

- Braidotti, Rosi, 2015, Lo posthumano. Barcelona: Gedisa.
- Deleuze, Gilles y Félix Guattari, 2008, Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia. Valencia, Pre-textos.
- Eco, Umberto, 2001, Baudolino, Barcelona, Lumen.
- Genette, Gérard, 1989, Palimpsestos. La literatura en segundo grado. Madrid, Taurus.
- Gergen, Kenneth J., 2006, El yo saturado. Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo. Barcelona, Paidós.
- Giddens, Anthony, 1993, Consecuencias de la modernidad. Madrid, Alianza Editorial.
- Giddens, Anthony, 1995, La constitución de la sociedad. Buenos Aires, Amorrortu Editores.
- Guattari, Félix, 1996, Caosmosis. Buenos Aires, Manantial.
- Habermas, Jürgen, et.al., 2008, La posmodernidad. Barcelona, Kairós.
- Heidegger, Martin, 2000, Ontología. Hermenéutica de la facticidad. Madrid, Alianza Editorial.
- Lara, María Pía, 1992, La democracia como proyecto de identidad ética. Barcelona, Anthropos.
- Lash, Scott, 2007, Sociología del posmodernismo. Buenos Aires, Amorrortu editores.
- Lash, Scott y John Urry, 1998, Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización. Buenos Aires, Amorrortu editores.
- Latour, Bruno, 2008, Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red. Buenos Aires, Manantial.
- Lipovestky, Gilles, 2016, De la ligereza. Barcelona, Anagrama.
- Martín-Barbero, Jesús, 2017, Jóvenes entre el palimpsesto y el hipertexto. Barcelona, Nuevos Emprendimientos Editoriales.
- Rorty, Richard, 1996, Objetividad, realismo y verdad. Barcelona, Paidós.
- Rosaldo, Renato, 2000, "La pertenencia no es un lujo: Procesos de ciudadanía cultural dentro de una sociedad multicultural", Desacatos, Núm. 3, México, CIESAS.
- Vattimo, Gianni, 2010, Adiós a la verdad. Barcelona, Gedisa.
- Virilio, Paul, 1997, La velocidad de la liberación. Barcelona, Manantial.
- Viveiros de Castro, Eduardo, 2010, Metafísicas caníbales. Líneas de antropología postestructural. Madrid. Katz Editores.
- Wittgenstein, Ludwig, 2002, Investigaciones filosóficas. Barcelona: IIF-UNAM-Crítica.



"El tiempo de los jóvenes como instancia de la letra oscilante" por José Sánchez Jiménez está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

LA COMUNICACIÓN INTERSUBJETIVA COMO REFUGIO: ESBOZOS PARA UNA COMUNICACIÓN PREFIGURATIVA

Juan Pablo Duque Parra¹

Sección: Disertaciones

Recibido: 04/03/2019

Aceptado: 25/07/2019

Publicado: 29/07/2019

La fraternidad tiene sutilezas. Unos gobiernan el mundo, otros son el mundo.

Pessoa

Introducción

El sentimiento de proximidad resulta extraño para las subjetividades modernas. La hipótesis de la posmodernidad (Bauman, 2015) (Vattimo, 1991) es que las certezas sociales se diluyen y con ello se configuran nuevos modos de vivir controlados por la individuación, la lejanía, la moda y el egoísmo. Bauman (2015) condensa el espíritu de la posmodernidad, cuando dice que "La desintegración de la trama social y el desmoronamiento de las agencias de acción colectiva suelen señalarse con gran ansiedad y justificarse como "efecto colateral" anticipado de la nueva levedad y fluidez de un poder cada vez más móvil, escurridizo, cambiante, evasivo y fugitivo" (p. 19). Pero resulta paradójico que existan lugares de la modernidad donde acontece lo contrario: experiencias de encuentros, relaciones duraderas, vínculos afectivos y comunitarios, ayuda y filantropía, políticas públicas que tienen como prioridad al otro. ¿Por qué está doble condición, que por un lado se condena en el consumo, la alienación, la discriminación, y por otro lado deja emerger proximidades, protección, apoyo mutuo, amparo y socorro? De lo anterior trata precisamente este ensayo: de analizar a la comunicación en una doble condición como antagonista y protagonista, villano y héroe, culpable e inocente. La comunicación juega un papel extraño en la construcción de refugios, amenazas y resistencias puesto que es culpable de las separaciones y los encuentros, conecta por aquello que aleja: la intersubjetividad. La comunicación intersubjetiva y su potencia son los objetos de análisis de esta propuesta que intentará develar cómo la comunicación es un refugio de la misma comunicación.

¹ Profesor de asignatura de la Universidad Latina. Correo electrónico: juanpabloduqueparra1@gmail.com

La teoría social tiene, por lo menos, dos versiones de la relación de la comunicación con la intersubjetividad; la primera siguiendo a la Escuela de Frankfurt (Muñoz, 2009) dice que la comunicación se convierte en un mecanismo por el cual el capitalismo posiciona sus valores y perspectivas frente al sujeto y sus iguales; los medios son parte, una mera herramienta que se encuentra al servicio de quienes poseen poder económico y político. Por otro lado, hay una versión que trata de romper con el pesimismo, concibe las relaciones de la comunicación y las subjetividades como una condición necesaria para el orden social, no es ni positiva ni negativa, simplemente es un hecho (Luhmann, 2007).

Este ensayo intentará proponer un tercer itinerario en el cual la comunicación intersubjetiva tiene una condición ética y política, una circunstancia de refugio de las situaciones sociales actuales: aceleración, violencia, individualización e incertidumbre. La idea es abordar al concepto de comunicación intersubjetiva como una dimensión poco explorada en relación con las resistencias sociales y al tiempo. La comunicación intersubjetiva se ve imbuida de varios procesos: para el interés de este ensayo se reflexionará en dos, el primero es la espera, una condición de expectación que genera identidades que se anclan a estructuras sociales por la adherencia de los sujetos a unas pautas temporales impuestas y a unos mecanismos de interacción determinados. La segunda es su opuesto, la prefiguración, hablando de comunicación prefigurativa que es una condición de acción donde las identidades se diluyen, se generan nuevos procesos de subjetivación donde se ponen en marcha los deseos de mejora compartidos sin esperar a cambios estructurales, es la idea de vivir en el presente el futuro deseado (Ouviña, 2013).

84

I. La comunicación intersubjetiva entre derivas filosóficas y psicológicas

Ante todo, doble vuelta a la cerradura. Pienso que esa vuelta de la llave aumentará mi soledad y hará más fuertes las barricadas que ahora mismo separan el mundo.

Baudelaire

La comunicación intersubjetiva no es igual a la comunicación interpersonal (entre personas), el hecho que resulta diferencial es que la comunicación intersubjetiva tiene un precepto: la comunicación es el intercambio colectivo de significados, su negociación en situaciones sociales donde los símbolos y signos emergen para ser usados en los diálogos, en los vínculos, en los gestos y, en definitiva, en la reciprocidad de un encuentro (Christlieb & García, 2009). La complejidad de la comunicación intersubjetiva se da porque rebasa el interés de disciplinas particulares; la psicología, la comunicación, la sociología, la ciencia política, y procura más bien análisis multidiscplinarios en los cuales no se parte de una categoría, sino de un problema.

No es tarea de este ensayo hacer una historiografía del concepto de comunicación intersubjetiva, pero para ubicar la cuestión vale la pena identificar,

por lo menos, tres grandes aportes: el de la antropología social, el del interaccionismo simbólico y la propuesta de la acción comunicativa de Habermas (1999).

La antropología social en los años 30 y 40 empezó a entender los fenómenos sociales como procesos comunicativos que son constituyentes de la vida en la cultura, por ejemplo, las costumbres, los mitos o las relaciones familiares. Aunque de igual forma se seguía teniendo un esquema bastante cerrado de la comunicación donde se analizan los mensajes y las formas de codificación, la introducción de criterios simbólicos fue una novedad (Leví-Strauss, 1987). El aporte fundamental de la antropología social era extender el concepto de comunicación a otras actividades.

El interaccionismo simbólico aportó de forma general el análisis de la microsociología y en particular el entendimiento de la comunicación como un producto de sentido que se ancla a un universo simbólico compartido. Los autores más relevantes del interaccionismo simbólico son Blumer (1982) y Mead (1990). Blumer (1982) aporta tres consideraciones para entender el interaccionismo simbólico: 1) La interacción es posible porque las personas comparten significados; las interacciones no solo se dan por imposiciones sociales, sino que se dan como parte de la espontaneidad de la vida cotidiana. 2) El significado de los símbolos se construye socialmente, es decir que no hay significados universales, sino una producción social entre los sujetos que intervienen en situaciones compartidas. 3) los sujetos interpretan y seleccionan los significados para el intercambio comunicacional. Podría agregarse un elemento más profundo: primero Heidegger (1974) y después Gadamer (2001) develaron que la interpretación tiene un carácter ontológico, es decir, que es una nota esencial del ser humano y la cultura, la comprensión es una facultad existencial que permite el diálogo y la significación dentro de una red de sentidos compartidos, permite existir. La dimensión simbólica es fundamental para la aprehensión del mundo. Cassirer (1997) y Amador Bech (2015) hablan de la imposibilidad de enfrentarse de manera inmediata y sin mediaciones simbólicas a las realidades físicas, lo que puede ser visto como que la actitud natural fenomenológica es posterior a los entramados de significación que enfrenta la inconmensurabilidad del infinito material. Significar es construir mitos, versiones, conceptos, afectos, imaginarios que acercan al ser humano con su contexto y su historia y demuestra la imposibilidad de una objetividad total. Al respecto dice Gadamer (1991): "una interpretación definitiva parece ser una contradicción en sí misma" (p. 98).

Por último, Habermas (1999) con la acción comunicativa argumentaba que la comunicación permite a los individuos entrar en escenarios de entendimiento y de transformación, además de generar consensos comunicativos. Para entender la comunicación intersubjetiva es importante delimitar conceptualmente las diferencias que existen entre el mundo de la vida, aporte de Habermas y la vida cotidiana (Saavedra, 2000). La diferencia básica es que el mundo de la vida es

horizonte de interpretación y la vida cotidiana es el marco de la acción (Saavedra, 2000). En términos fenomenológicos el mundo de vida es el lugar de la actitud natural, que tiene como característica principal la incuestionabilidad de los significados y de las dimensiones de la realidad; en el espacio de la comunicación interpersonal que sería una brecha entre el mundo de la vida y la vida cotidiana se ponen en juego dos elementos: lo establecido culturalmente en la interacción y la posibilidad de cambiar; un ejemplo pertinente es el de una conversación: puede tornarse un asunto mecánico de significantes estereotipados: "Cómo estás" "Muy bien", etc., pero también podría llegar a ser el espacio de un encuentro donde emerge la belleza, la verdad, la rectitud, la veracidad y la empatía.

El mundo de la vida no es un mundo privado, sino un mundo público donde se establece un marco común de interpretación. La actitud natural se determina en horizontes pragmáticos: el mundo, que en primera instancia es un elemento abstracto, pasa a ser un hecho social manipulable. Las acciones diarias van construyendo lo que Schütz (1977) llama un acervo de conocimiento. La vida cotidiana, al ser acción únicamente y tener como característica la no sistematización, se evalúa socialmente por su eficiencia pragmática (Schütz, 1977). El mundo de la vida, al ser un horizonte de interpretación, sí permite cambiar esquemas de referencia: el conocimiento situacional de la vida cotidiana es un material fundamental para interpretar el mundo de la vida si se combina con la reflexión y la orientación que va más allá de los modos rutinarios. Si para Schütz (1977) siguiendo a Husserl (1986) el mundo de vida es el horizonte de todo lo que pueda llamarse sentido, lo contrario a dicho horizonte es una región particular del sentido, que sería la vida cotidiana (Saavedra, 2000). Mientras que el mundo de la vida comprende al sentido en su totalidad, la vida cotidiana es una provincia totalmente práctica y pre-teórica donde las esferas de relaciones de la vida cotidiana terminan constituyendo el sentido común y el modo primordial de actuar dentro de un sentido práctico compartido (espacio de la comunicación intersubjetiva) (Saavedra, 2000). La tensión entre mundo de vida y vida cotidiana, entre la racionalidad pragmática y la racionalidad interpretativa es una tensión entre la preconstitución del mundo y de las formas de la comunicación.

Con todo lo anterior se puede pensar en una definición que tome en cuenta estos tres antecedentes: de la antropología social, del interaccionismo simbólico y de la acción comunicativa. Para empezar, debe decirse que la comunicación intersubjetiva es un significado en construcción, inacabado, pero que agrupa los siguientes elementos: la comunicación intersubjetiva es el proceso de construcción de diferentes sistemas de significados que influyen en las pautas de comportamiento, cognición, emoción, e interacción entre sujetos sociales. La comunicación intersubjetiva está en el orden de los cuerpos, va más allá de lo verbal y no lo verbal.

En un ejercicio dialéctico la comunicación intersubjetiva tendría un antagonista, y sería la comunicación mediada e hiper mediada, aquella que surge de la introducción de las tecnologías en la vida cotidiana (Scolari, 2008), lo que han llamado algunos especialistas la comunicación digital. La diferencia no tiene que ver con ideas morales de lo bueno y lo malo, más bien, es que una es una comunicación con una racionalidad y otra es comunicación con otra racionalidad. Mientras que la comunicación intersubjetividad necesita de los encuentros entre personas para producirse, la comunicación digital agrega un tercero: la tecnología, inclusive en algunos casos lo tecnológico se convierte en receptor, mensajero y codificador: parte de la comunicación. La comunicación intersubjetiva dice que solo es posible comunicar cuando se comparte con otros (Christlieb & García, 2009) a lo que le respondería la comunicación digital que no es así, que la comunicación existe porque existen dispositivos de transmisión y difusión; las diferencias están marcadas.

II. Pantallas, redes y mercancías

Todo está vacío, hasta la propia idea de lo que es. Todo eso está dicho en otra lengua, incomprensible para nosotros, meros sonidos de sílabas sin forma en el entendimiento. La vida es hueca, el mundo es hueco. Todos los dioses mueren de una muerte mayor que la muerte. Todo está más vacío que el vacío. Todo es un caos de nada.

Pessoa

87

Parecen tiempos difusos en los que unos hablan de modernidad y otros de hipermodernidad. Lipovetsky (2009) expone que la comunicación en la actualidad es un fenómeno fragmentado, por lo general en pantallas, multicultural y de identidad plural. La comunicación en la era digital tiene dos características: la aceleración total y el consumo de información frenética. Lipovetsky (2009) argumenta que el individuo (parte de la comunicación digital) se encuentra conectado permanentemente, no hay un uso temporal de las pantallas para fines establecidos: informar o informarse. La utilización de lo tecnológico se usa para la mediación en todas las esferas de la vida: la educación, la salud, la crianza o las rutas de desplazamiento. Las pantallas obligan al sujeto moderno a consumir información y comunicación como si fueran una necesidad. El ocio tiene todo su engranaje en los elementos digitales: plataformas, cine o aplicaciones que están en constante evolución para dar una experiencia más estimulante a los usuarios y con ello obligan a un movimiento cognitivo donde la lógica la imponen las pantallas (Lipovetsky, 2009).

Los individuos se enclaustran en redes, es el nuevo oxímoron: encerrarse en las relaciones. Buscar experiencias estéticas y la lógica mercantil está presente: comprar por internet, vender por internet, anunciarse en las redes, influenciar las decisiones, todo esto a una máxima velocidad. Rendueles (2014) habla de dos consecuencias que la revolución digital ha traído para los individuos: la primera es sobre el consumo cultural y la segunda sobre el beneficio de capitalizar las

ideas; estos dos puntos no son solo un asunto del consumo, pues tienen que ver con una lógica de instrumentalización: las redes capitalizan mensajes y los seres humanos viven en la constante necesidad del dinero, generando una amalgama entre necesidad y satisfacción: la economía capitalista usa la comunicación como un bien, haciendo que los valores de la mercancía pasen a los procesos mismos de la interacción.

Marx o nada o ¿por qué la comunicación es una mercancía?

Marx propuso la teoría del valor-trabajo: el valor de un bien o servicio está determinado por las horas de trabajo que lleva consigo para su producción. Este modelo no es pertinente para entender la comunicación digital, puesto que está condensado a partir de procesos complejos que van mucho más allá del tiempo de trabajo. El concepto de mercancía es diseccionado por Marx en términos del valor de uso y el valor de cambio; llegando a una conclusión fundamental para la economía política: las mercancías son inconmensurables entre sí —¿cuántos lápices valen un plumón? — por esto en el capítulo 3 del *Capital* presenta una fórmula del valor en el cual se une a la fórmula el tiempo. Pero sí hay una necesidad de capitalización constante con la comunicación: Rendueles (2014) posiciona los regímenes de la propiedad intelectual como un modelo de relación comunicación- capital, pero lo cierto es que tampoco satisface su respuesta, puesto que falta agregar el componente simbólico del producto comunicativo.

La nueva valorización se hace desde los *views*, complejizando la cuestión puesto que la valorización, que de por sí ya era un proceso abstracto, se convierte en doblemente abstracto dado que su determinante no es un tangible (dinero), sino un intangible. Marx dice que la valorización se da cuando se calcula el tiempo socialmente destinado para la producción: actividad física material, pero ¿cuál sería el material de la comunicación? Ciertamente es que sí es coherente pensar en categorías marxistas el tema de la comunicación digital, de tal manera que el valor que produce la comunicación es mucho mayor que el valor necesario para producirla: ahora con un celular y una cantidad de seguidores se capitaliza a partir del alcance de un video. La lógica instrumental genera una mercantilización de la comunicación digital donde los valores del encuentro quedan reducidos por su capacidad de generar ingresos dentro de un sistema complejo de incentivos. Por otro lado, a nivel ideológico, para Marx, los medios son un instrumento de propagación ideológica al servicio del poder.

La tecnología, como dice Pimentel (2004), parece ser el último estadio de la técnica. Para Marx hay tres puntos de inicio del capitalismo, uno de ellos fue la Revolución Industrial, con ello el capitalismo tomó toda su forma moderna, pensando la comunicación como mercancía desde hay cuatro puntos que deben revisarse para problematizar su condición digital:

1. La colonización del capitalismo para el financiamiento de la comunicación: la comunicación digital solo es posible en una sociedad capitalista.

2. La selección de material que amplifica modelos de consumo y posiciona como lugar privilegiado de desarrollo al mercado.
3. La segregación de temas contrarios a los ángulos empresariales, científicos o tecnológicos.
4. La doctrina que mezcla el individualismo liberal con la potencia de desarrollo dentro de un escenario neoliberal donde imperan valores de mercado: rendimiento, ganancia, eficacia, etc.

La comunicación digital es un proceso social, en esto no hay duda, pero lo cierto es que es posible únicamente porque los grupos mediáticos más grandes del mundo han creado plataformas que se capitalizan a sí mismas con publicidad, mutación a nuevas formas del mercado o mayor invasión a la privacidad en aras de la capitalización. Además, la relación de medios con la política comienza un nivel de asimetría nunca visto (Olivé 2016): los cuatro grupos mediáticos más grandes del mundo: News Corporation (con un capital de 54,6 miliares de dólares en 2008); Time Warner (50,1 miliares); Walt Disney (35,5 miliares) y Bertelsmann (30,5 miliares) cada vez presentan mayor influencia fuera de su zona de actividad, por ejemplo, inversiones en países en desarrollo. De esta manera dice Olivé (2016):

El mercado de los medios es además un mercado con una oferta y dos demandas: una demanda para la información (de parte de los consumidores de medios) y una demanda para la publicidad (de parte de los anunciantes). Así, la publicidad que subvenciona la información y abreva con euros a los medios y esto jamás es objeto de investigaciones profundizadas (p.7).

Por último, la comunicación y el capitalismo tienen una relación complicada en relación con la afectividad: Byung-Chul Han menciona, siguiendo a Weber, que la acción económica trae consigo emociones, y en el capitalismo actual, éste trae consigo la angustia: un estado constante de expectación y miedo frente a la incertidumbre, el capitalismo genera angustias que solo son aliviadas en clave de dinero: más dinero mayor tranquilidad, reza un precepto. La comunicación que es una mercancía también posibilita ese frenesí y así la red está llena de angustias, un poco en la lógica de la acumulación: acumular angustias como se acumula dinero (Han, 2015). Hay una autoexplotación que se vende como emancipación individual, hay explotaciones propias del tiempo y del bienestar que toman forma en los discursos del emprendimiento y la comunicación juega un papel fundamental. El capitalismo vende, a partir de la comunicación, significados, y al igual que el neoliberalismo presupone las emociones como un potenciador de su productividad ¿El mecanismo por el cual esto pasa? La comunicación.

III. La comunicación intersubjetiva, un refugio

Buscar mi felicidad en la felicidad de los otros, mi dignidad en la dignidad de los que me rodean, ser libre en la libertad de los otros, tal es todo mi credo, la aspiración de toda mi vida. He considerado que el más sagrado de todos mis deberes era rebelarme contra toda opresión, fuera cual fuere el autor o la víctima.

Bakunin

Pero lo cierto es que diferenciar la comunicación intersubjetiva y la comunicación digital en estos tiempos es una tarea imposible: no hay límites claros entre una y otra; tan intersubjetiva es una conversación cara a cara como lo puede llegar a ser una conversación por las redes. Las consecuencias de la comunicación digital son evidentes, pero como dice Champeau (2006): *"Paradójicamente, es precisamente porque son evidentes, o porque no presentan dificultad alguna de abordaje o manipulación, por lo que resultan opacas y problemáticas"* (p. 133). No hay claridad sobre cuándo hay una o cuándo se establece la otra, por esto se argumentará en los extremos abstractos: la comunicación intersubjetiva como diálogo, encuentro y refugio y la comunicación digital como desencuentro, individualismo y mercantilización.

La comunicación intersubjetiva es un refugio, pero ¿qué es un refugio? La Real Academia de la Lengua (RAE) define al refugio como un lugar que sirve para protegerse de un peligro. Es interesante introducir una definición que se encuentra en el número dos de la búsqueda en Google; al teclear r-e-f-u-g-i-o, aparece esta definición: "Protección o amparo que una persona encuentra en otra o en algo librándola de un peligro", el excedente conceptual es la palabra amparo y el lugar: el otro. Pero el peligro no queda del todo claro, por esta razón se propone el siguiente esquema argumentativo: la comunicación digital racionaliza los encuentros de manera mecánica, estereotipada y construyendo a un sujeto de la comunicación de forma pasiva, mientras que la comunicación intersubjetiva, al ser un encuentro donde se comparten, negocian y construyen significados, es una forma de relación activa. La comunicación digital propicia la espera y la comunicación intersubjetiva la prefiguración.

Antes de entrar al tema de la espera y la prefiguración, es importante aclarar qué se dice cuando se habla de refugio y amparo. Ampararse en un refugio es mantener lazos de vecindad, no hay forma de entenderlo conceptualmente porque no es un argumento. El amparo es una experiencia: es el plato en la mesa, el pan caliente, una casa, la cercanía de la familia. No hay una definición, pero en un poema de Borges llamado *Los justos*, hay un muy buen acercamiento:

"El que acaricia un animal dormido... un hombre que cultiva un jardín... el que prefiere que los otros tengan la razón".

El amparo es un encuentro, un lugar seguro: en la interacción y en la intersubjetividad al dialogar emerge una entrega en la palabra y la palabra cura, como decía Freud. No toda interacción es así, pero la intersubjetividad es la potencia, como diría Deleuze, que configura un encuentro: la etimología de refugio viene del latín *refugium* que significa ir hacia atrás o volver, porque el presupuesto no es menor: la comunicación alimenta la coincidencia de los cuerpos, aspecto que es imposible de imaginar en una lógica digital.

III.I La espera y la prefiguración

La comunicación intersubjetiva tiene que ver con el tiempo: ¿Por qué importa pensar las temporalidades respecto a lo intersubjetivo? Porque dentro de la reflexión de las temporalidades se ha desechado, por lo menos en un principio, su carácter comunicativo. El tiempo comunica, lo digital de una manera, lo intersubjetivo de otra. El tiempo es comunicación, por esto es más que una abstracción indefinible por San Agustín, un a priori para Kant o una creación universal que perfecciona el ir y venir de los astros para Platón o la medida del movimiento para Aristóteles o un absoluto para Newton. Existen dos operaciones temporales que son usadas por dos formas políticas que son antagónicas e irreconciliables, pero convivientes. Las dos operaciones temporales toman toda su condición arquetípica en los procesos de la espera y la prefiguración. La espera es cercana a la comunicación mediada, pues propicia la inacción y es la constitución de un estado de expectación. La espera viene del latín *sperare* que significa tener esperanza. La segunda condición es opuesta a la espera: la prefiguración es una condición de acción en el presente, de movimiento temporal, de poner en marcha los deseos de mejora sin esperar cambios estructurales, es la idea de vivir en el presente el futuro deseado, y su lugar o refugio es la comunicación intersubjetiva.

Son dos estilos, dos formas, dos diferencias que cohabitan y actúan de forma simultánea. Lo digital pospone la acción colectiva porque la espera es un proyecto total de control de los cuerpos, el hacer, el decir y el sentir y es la instauración de los calendarios de la acción, de lo oportuno; en el mundo digital hay una agenda propuesta por el centro que moviliza a la periferia. Por otro lado, la prefiguración es un acontecimiento de ruptura que surge desde el interior de la intersubjetividad: el proceso prefigurativo no tiene un arraigo claro, no está solo en las conversaciones, pero de la subjetividad nace su condición primordial: lo colectivo.

El tema de la espera va mucho más allá del ámbito comunicativo; en términos generales existe en la modernidad una policía² de los ritmos de vida y una política de la espera que impone consonancias, plazos, continuidades y discontinuidades.

² Tomaré como semejante de la política de la espera la policía de la espera. Siguiendo el argumento de Jaques Rancière en su libro llamado El desacuerdo. Considero más claro ver a la política de espera en términos de sus operadores: capitalismo, democracia liberal, y la tradición

La policía de la espera (que se configura a partir de tres operadores, por lo menos para una parte de occidente: el capitalismo, la democracia liberal, las tradiciones judeo-cristianas) tiene como operador primordial a la comunicación digital, de esta manera fija el ritmo del trabajo y del ocio, los tiempos de producción y descanso, de los comicios y la participación, el de la esperanza del porvenir y la acción siempre a futuro, el tiempo del placer y del aprendizaje, los tiempos del amor y el compromiso.

La policía de la espera también tiene un presupuesto de desigualdad entre quienes tienen tiempo y quienes no, entre quienes son invisibles para las redes y los *very important people* (VIP); entre personas que esperan una, dos, tres horas el transporte público y quien viaja en helicóptero. Asimismo, en un ejercicio de exclusión y violencia, la policía de la espera define qué es pasado, qué es actual y novedoso, qué hace parte de la memoria compartida, de la historia y cuáles son los límites del presente, las agendas, qué temas se deben debatir y resolver y cuáles se tienen que resguardar en el olvido, todo en el terreno de la comunicación. El proyecto de la policía de la espera es homogenizar todos los tiempos existentes en una lógica digital. Pero la policía se ha encontrado con una resistencia: la comunicación intersubjetiva que tiene una política prefigurativa que rompe con su reparto, con su asignación del tiempo en los cuerpos y con sus ritmos: hay diálogos que duran más de lo que el sistema espera.

IV. Reflexiones finales

La tensión entre un tiempo de inacción, de expectación de ciclos y un tiempo de acción de ruptura y emancipación tiene dos escenarios de tensión: el sujeto y la calle. Pero todo mediado desde una perspectiva comunicacional.

La comunicación tiene una categoría fundamental: en el nivel de los sujetos que a partir de su rompimiento con el orden sensible impuesto asumen una nueva subjetividad temporal, una nueva forma de comunicarse, renegocian su condición y devienen su sometimiento a soberanía temporal.

La espera intenta someter a los sujetos a la fragmentación del tiempo: al antes, ahora y el después, a la agenda de la coyuntura digital, a la espera profunda de un mejor mundo que está por venir y someten a tiempos muertos de inacción y letargo. La respuesta de algunos sujetos es rehacerse a nivel temporal, asumir esa fragmentación y llevarla a la creación de nuevas formas de subjetividad de refugios compartidos: son los proletarios en Rancière, los indígenas zapatistas, los jóvenes sin futuro en la Plaza del Sol y las mujeres feministas en todo el

judeo-cristiana, desde Rancière los tres operadores serían policía porque son un "conjunto de procesos mediante los cuales se efectúan la agregación y el consentimiento de las colectividades, la organización de poderes, distribución de lugares y funciones y los sistemas de legitimación de esta distribución". Además, agrega Rancière hablando de la policía: "no es tanto el disciplinamiento de los cuerpos como una regla de su aparecer, una configuración de (sus) ocupaciones y las propiedades de los espacios donde esas ocupaciones se distribuyen. De tal manera se mencionará a la espera en dos términos como policía y como política.

mundo. Los sujetos que rompen, parcialmente, con las ataduras y la imposición, son una muestra que el tiempo y sus asignaciones son un campo de batalla en la comunicación.

El segundo es el nivel de las interrupciones del tiempo en las calles. Las máquinas de la policía de la espera se apagan (la escuela, el trabajo y los medios) y los procesos de la comunicación prefigurativa emergen (las movilizaciones y los encuentros). Las masas se adueñan del mundo y ponen su agenda a competir con el día a día de los organismos gubernamentales. Los momentos de la comunicación prefigurativa no son simplemente instantes abstractos donde la interrupción del tiempo causa secuelas en un sistema; los momentos confieren un nuevo paisaje de subjetividades y de intersubjetividades. El ruido se hace palabra, el silencio deviene en gritos, la igualdad se puede verificar en la acción y, principalmente, como dice Rancière, la cartografía de lo visible, lo decible y lo pensable sufre una transformación y con ello el mundo de lo posible crea un nuevo archipiélago. Hay intersubjetividad en lo digital y también en lo espontáneo: el horizonte de lo posible no se agota. La cuestión es, como dice Deleuze con la imagen de la filosofía que no admite pensar la filosofía, que la imagen de la comunicación se llenó de medios. La versión a gran escala, internacional y total es imposible porque existen procesos micro de la comunicación que cambian realidades.

La única salida se da cuando la duración de una espontaneidad rompe con el tiempo lineal: la comunicación prefigurativa inventa formas de vida y de tiempo que permiten sobrevivir. Žižek llama a esto *utopía en acción*, no es un imaginario del futuro en el vacío; es la puesta en acto del futuro deseado en las condiciones particulares del presente. La utopía en acción no es un universalismo, se desata en las particularidades de un momento. Imposible no pensar la relación entre Žižek y la frase de Michael Onfray en *La fuerza de existir*: "*Así, podemos imaginar el momento como el laboratorio del futuro, como su crisol. El instante no funciona como un fin en sí mismo, sino como el momento arquitectónico de un movimiento posible*" (p.129).

La *prefiguración*, un camino: no esperar a que el mundo cambie para que las cosas cambien. Valerse del refugio intersubjetivo, una norma. La prefiguración es una política que busca la acción directa sobre la realidad sin importar las condiciones estructurales: comunicar intersubjetivamente a pesar de lo digital o usando lo digital. Por ejemplo: una anécdota que se puede convertir en arquetípica hablando de comunicación prefigurativa es cuando en Seattle, en 1999, los manifestantes a una movilización coreaban lo siguiente: "*así es como luce la democracia*". El hecho era irrumpir el reparto de lo sensible, lo que se dice es comunicación, todo esto con la acción directa y así el mundo de lo posible se actualiza.

La clave de la política de la comunicación prefigurativa es volver duraderos los instantes, los eventos de ruptura y los acontecimientos. Crea una nueva imagen del tiempo que articula el desarrollo de las potencias de cambio de una

conversación, porque la policía de la espera ha neutralizado a la gran mayoría de las resistencias. Los ejércitos de proletarios y de estudiantes se han acabado perdiendo en los tiempos electorales, en las redes, en los tiempos de paraísos remotos que pronto llegarán y en los modos de participación controlados por las izquierdas y las derechas, en los calendarios, en las iniciativas ciudadanas y en la sociedad civil. Parafraseando a Lyotard: después del 1968 ha muerto el entusiasmo, ya no existe un rey a quien cortarle la cabeza.

REFERENCIAS

- Amador Bech, J. (2015). *Comunicación y cultura. Conceptos básicos para una teoría antropológica de la comunicación*. México: UNAM.
- Bauman, Z. (2015). *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Blumer, H. (1982). *La posición metodológica del interaccionismo simbólico. El interaccionismo simbólico: Perspectiva y método*, 1-44.
- Han, B. C. (2015). *El aroma del tiempo: un ensayo filosófico sobre el arte de demorarse*. Barcelona: Herder.
- Cassirer, E. (1997) *Antropología filosófica*. México: Fondo de Cultura Económica , 1997.
- Christlieb, F. F., & García, M. R. (2009). *Nosotros y los otros: la comunicación humana como fundamento de la vida social*. México: Editoras Los Miércoles.
- Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa*. Tomo I. Madrid: Taurus.
- Gadamer, H. G. (2001). *Verdad y método. Tomo I*. Salamanca: Sígueme.
- Gadamer, H. G., & Argullol, R. (1991). *La actualidad de lo bello*. Barcelona: Paidós.
- Heidegger, M. (1974). *El ser y el tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Husserl, E. (1986). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lévi-Strauss, C. (1987). *Antropología estructural: mito, sociedad, humanidades*. México: Siglo XXI.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2009). La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna. *Cuadernos*. (24).
- Luhmann, N. (2007). *La sociedad de la sociedad*. México: Herder.
- Marx, K. (2004). *Capital: A critique of political economy*. Penguin UK.
- Mead, G. H. (1990). *Espíritu, persona y sociedad desde el punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós.
- Muñoz, B. (2009). *Escuela de Frankfurt: primera generación. Diccionario crítico deficiencias sociales. Terminología científico-social*, 1-4.

- Ouviña, H. (2013). La política prefigurativa de los movimientos populares en América Latina. Hacia una nueva matriz de intelección para las ciencias sociales. *Acta Sociológica*, 62, 77-104.
- Onfray, M. (2008). *La fuerza de existir. Manifiesto hedonista*. Barcelona: Anagrama
- Montagu, A., Pimentel, D., & Groisman, M. (2004). *Cultura digital: comunicación y sociedad*. Barcelona: Paidós.
- Rancière, J. (1996). *El desacuerdo: política y filosofía*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1996.
- Rendueles, C. (2014). *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*. Madrid.
- Saavedra, M. E. (2015). La vida y el mundo: distinción conceptual entre mundo de vida y vida cotidiana. *Sociológica México*, (43), 103-151.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Schutz, A., & Natanson, M. (1995). *El problema de la realidad social: escritos I*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Vattimo, G. (1991). *Ética de la interpretación Buenos Aires*. Grupo Planeta.



“La comunicación intersubjetiva como refugio: esbozos para una comunicación prefigurativa” por Juan Pablo Duque está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

NUEVOS ESPECTADORES: REVOLUCIÓN EN LA LUCHA LIBRE MEXICANA A PARTIR DE APARICIÓN DE *STREAMING*

Patricia Celis Banegas¹

Sección: Reseñas

Recibido: 11/03/2020

Aceptado: 20/03/2020

Publicado: 23/04/2020

Introducción

La lucha libre ingresa a México como un deporte conocido como *catch* a principios del siglo XX mediante procesos de amalgama e hibridación cultural se fue delimitando como un fenómeno local, que posee características particulares como el uso de máscaras, las interacciones entre el público y los luchadores, la construcción de los personajes, las rivalidades, y las dinastías.

En 1933 se profesionalizó de la mano de Salvador Luttheroth, que en prácticamente una década fue sustituyendo los luchadores foráneos por mexicanos. En este camino, los luchadores mexicanos comenzaron a interactuar con el público y a generar personajes que se asociaron con rapidez a la cultura popular mexicana.

México creó sus propios héroes que le hablaban e interactuaban con su gente, desarrollaron hilos narrativos en torno al antagonismo entre rudos y técnicos y fungieron como un espacio de catarsis y diversión que enriqueció la cultura popular mexicana.

Con el paso del tiempo, se fueron agregando dispositivos tecnológicos que variaron la interacción con los espectadores y las llevaron más allá de las arenas.

La lucha libre en México

La lucha libre tuvo sus primeros contactos con México en 1863, durante la intervención francesa en México. Recién a partir de 1910, comienzan a visitar México diferentes espectáculos de lucha libre de la mano de empresarios extranjeros.

¹ Profesora de la Universidad Nacional Autónoma de México y la Universidad Iberoamericana de la CDMX. Correo electrónico: celisbanegas@gmail.com

Posteriormente, empresarios mexicanos comienzan a interesarse por el negocio de la lucha libre, como una forma de desarrollar nuevos productos de entretenimiento. En principio, se adaptan teatros para las funciones como, por ejemplo, el Teatro Tívoli, La Arena Degollado (1927) y la Arena Nacional (1930).

De la mano del empresario Salvador Lutteroth González, (pionero en la producción de espectáculos locales) comienza a profesionalizarse el deporte en tierras aztecas. Los primeros espectáculos en México tuvieron carteleras internacionales, a pesar de que ya existían luchadores locales. El debut de la Compañía se realizó el 21 de septiembre de 1933 en la Arena Modelo (actual Arena México). Allí hicieron su aparición tanto luchadores foráneos como locales de la talla de Black Guzmán, Bobby Bonales, Gori Guerrero, Tarzán López y el Santo.

Con el paso del tiempo, comenzaron a emerger figuras populares locales que modificaron definitivamente la escena. Un cambio drástico impuesto por los mismos luchadores fue la utilización de máscaras para las contiendas. Esta modificación fue adoptada vertiginosamente por la mayoría de los luchadores, que ya en una década poblaron de personajes imaginarios la lucha libre. Con respecto a la utilización de máscaras en la lucha libre, ésta se remonta a 1933, cuando un luchador norteamericano, Ciclón McKey, encargó la confección de una máscara de cuero al taller de curtido de Antonio Martínez. Curiosamente, el uso de su máscara le generó una nueva identidad: "La Maravilla Enmascarada". Recién hacia 1937 aparece el primer luchador mexicano en utilizar máscara. Su nombre era Jesús Velásquez Quintero, y se hizo llamar "Murciélagos Enmascarado". Dos años después Octavio Gaona, le quitó su máscara y así fue como Velásquez Quintero perdió su identidad como luchador, y retomó su nombre de nacimiento: pasó de su identidad espectacular a su identidad discreta.

En sólo dos décadas las máscaras fueron adoptadas por la mayoría de los luchadores. Estas prácticas locales que la fueron alejando poco a poco de la lucha libre practicada en otras latitudes. La lucha libre no fue mantenida como producto foráneo, sino que fue generando sus propias narrativas, vestuarios, máscaras, asociados a un particular vínculo con los luchadores que fue creciendo con las décadas. En aquellos momentos la lucha libre se vivía a través del vínculo con los luchadores, de hecho podían vincularse con el público entre 30 y 40 minutos antes de empezar el combate, los rudos tenían un show aparte con los espectadores.

De hecho la aparición de las máscaras como parte del ritual generó un cambio en cuanto al tipo de personajes creados, que según Heather Levi, acercan a la lucha libre a un tipo de dramaturgia asociada al realismo mágico (Levi, 2008).

Se considera que en la década de los 50 la lucha libre mexicana poseía su propia identidad, en los años siguientes se desplegará a lo largo de la república mexicana, en especial el centro y el norte del país. En su desarrollo, incorporará sus elementos característicos, como lo son la máscara, la relación con el público y su ritualidad característica.

La empresa logró un crecimiento continuo conocido como la época de oro de la lucha libre, que comenzó con la construcción de las arenas dispuestas a su fin, el desarrollo del cine de luchadores. En este período, el cine de luchadores comienza a desarrollarse de forma vertiginosa: los héroes del ring pasan a ser héroes de la pantalla. Para la década de los 50, aparte del cine, la lucha libre estaba afianzada en diferentes medios gráficos, como revistas especializadas, comics, fotonovelas, lo que la transformó en un producto de consumo masivo. Entre 1960 y 1970, el apogeo de la lucha libre continúa en México, con grandes figuras como Blue Demon, Black Shadow, Médico asesino, Rayo de Jalisco, Dr. Wagner, Ray Mendoza, huracán Ramírez, entre muchos otros. Ya en las décadas posteriores, la lucha libre tuvo una etapa donde se confinó a las arenas y a las revistas de lucha libre.

La lucha libre como performance cultural

Este deporte espectáculo ha construido su propia iconografía y un campo simbólico característico y específico que ha rebasado otras esferas de la vida cotidiana mexicana.

Los encuentros de lucha libre funcionan como espacios de consenso social, que en el mismo momento de ser vividos son aceptados como reales. Para Diana Taylor (2001) las performances funcionan como actos vitales de transferencia, que transmiten saber social, memoria, y sentido de identidad a través de acciones reiteradas.

Estas acciones pueden entenderse como esquemas ensayados previamente por los performers que puestos en escena van cambiando de tono, de intensidad, de vitalidad, conforme a la inclusión de los espectadores que intervienen lo ya intervenido. La lucha libre conforma un verosímil sostenido por un simulacro acordado entre luchadores entre sí, con la participación y complicidad de los espectadores.

El público que asiste a las arenas participa activamente de la performance. Puede entenderse a las Arenas como un ámbito propicio para comunicarse con otros, gritar, insultar, alabar a ídolos, en un ambiente donde son lícitas estas acciones. Aquí estamos en presencia de una puesta en escena compartida entre los participantes de la lucha y el público presente. La lucha libre mexicana tiene la particularidad de hacer resonar todo lo que allí adentro se encuentra, es un vaivén continuo que va del rito al teatro.

En palabras de Barthes (1986), el espectador está a la espera de la explosión momentánea de determinadas pasiones, logrando así una conjunción de sentidos yuxtapuestos:

Se trata pues de una verdadera comedia humana, donde los matices más sociales de la pasión (fatuidad, derecho, crueldad refinada, sentido del desquite) encuentran siempre felizmente el signo más claro que pueda encarnarlos, expresarlos y llevarlos triunfalmente hasta los confines de la sala. (p. 21)

Participar en este tipo de performance implica desubicarse para reubicarse en un mundo simbólico recreado en un lapso de tiempo determinado. La audiencia es llevada a asumir roles diferentes de los que habitualmente desempeña en la vida cotidiana, en palabras de Ervin Goffman (2001), sale de su fachada social. El espectáculo tiene una alta dosis de catarsis y liberación de tonalidades afectivas por parte del público, que al aceptar un contrato implícito es juez y parte de lo que ve.

En términos generales los luchadores se dividen en dos facciones: técnicos y rudos (Padilla Coronado, 1994). Los luchadores técnicos son aquellos ágiles, que manejan los saltos aéreos y son fieles a las técnicas de “llaveos” propias de la lucha grecorromana, la lucha callejera y la lucha libre. Su principal característica está asociada a mantener y sostener el reglamento. En la esquina opuesta, se encuentran sus antagonistas: los luchadores rudos son aquellos que no respetan las reglas, utilizan acciones como morder, propinar puñetazos, etc. Esta antítesis entre luchadores que muestra la distancia entre el bien y el mal, lo correcto e incorrecto, son las bases narrativas que construyen los argumentos en la lucha libre mexicana. Históricamente los aficionados han seguido a un bando u a otro.

Esta práctica comenzó en el siglo pasado y sigue siendo eficaz a nivel simbólico porque su estructura se sustenta en un grupo de luchadores que juegan roles míticos, fantásticos y cotidianos junto con sus espectadores que transforman esos discursos, los apropian, repelen y los modifican en un diálogo continuo.

Según Schechner (2010), los espectadores de las performances son instigados a conversar consigo mismos, y a dar su veredicto sobre las relaciones de poder y dominación, o sobre problemas no resueltos en una sociedad en busca de respuesta. Siguiendo a Patrice Pavis (2011), en la actualidad el análisis de espectáculos desde una visión antropológica debe ampliarse a otros fenómenos más allá del teatro, ya que responden a contextos culturales más amplios:

Este contexto no solamente comprende la preparación del espectáculo, y las reacciones del público implicado, sino que incluye también el conjunto de las prácticas socioculturales que “transportan” al espectáculo. (p. 176)

Con respecto a los espectadores, Guzmán Wolfffer (2017) argumenta que no sólo los que usan prendas especiales son los luchadores, los espectadores, al igual que con otros deportes, pueden ir ataviado con máscaras, playeras que ya no representan a equipos, sino a luchadores o a dinastías o grupos.

El público no es ni una masa ni individuos, es un emergente de una relación social compleja (performance), también es un emergente contingente. En el mismo espectáculo puede tener reacciones contrapuestas alejadas de la lógica, del bien o el mal, rudos o técnicos.



Figura 1. El público como parte del espectáculo, Ecatepec, Estado de México. Fuente: imagen propia (febrero 2020).

El público no sólo es reactivo ante el espectáculo, sino que hay un espectáculo en sí mismo en el público. La burla, el reclamo, la comida y la bebida son los puntos en común de estos públicos para nada pasivos y estáticos.

Soto Ramírez (2009), sostiene que el amor por la transgresión es la paradoja de base que sostiene la Lucha libre mexicana: el espectáculo de la lucha libre se basa en violentar las reglas. A cada momento tanto los luchadores como los espectadores saltan las reglas: bajan del ring, golpean de varios a un adversario, incluso los árbitros, que son los encargados de sostener las normas, también las infringen, por ejemplo, en la velocidad con la que cuentan.

Por lo tanto, la lucha libre no es un deporte espectáculo para ser contemplado, sino para participar en él. Si la presencia de los luchadores es definitoria para la realización de los eventos, entonces también lo es la presencia del aficionado.

En conclusión, comprender a la lucha libre mexicana entendida como una performance cultural abre caminos para su estudio y análisis. Una de estas vías de acceso se centra en lo que acontece dentro de las arenas, otro camino se asocia a los productos culturales y de consumo que devienen de ella, y finalmente, una nueva línea temática se vincula al estudio de las mediaciones y las nuevas producciones en otros dominios que surgen inspiradas en su seno. Cabe considerar que las líneas de análisis contemporáneas de la lucha libre asociadas a nuevas formas comunicacionales poseen un alto nivel de complejidad ya que trascienden las fronteras mexicanas. No sólo son nuevas audiencias, también incluyen a audiencias extranjeras

La lucha libre y la televisión

Las primeras transmisiones televisadas de lucha libre iniciaron en los años 50 por iniciativa del empresario Emilio Azcárraga Vidaurreta. A lo largo de la historia, la lucha libre mexicana sufrió varias prohibiciones que fueron fundamentales en la construcción de su tradición. En 1956, Ernesto Uruchurtu pasó a la historia mexicana con el apodo del regente de Hierro, prohibió la televisación de la lucha libre por considerarla alejada de la moral.

Estos dos hitos marcan un cambio en la lucha libre, ya que alejada de la televisión, se acercó al teatro (entendido como actuación), reorganizó sus tiempos y logró construir su propia mística y rituales.

Así mismo, La lucha libre se acercó a la gente y la gente se acercó a la lucha libre sin intermediarios y comenzaron a ser parte del espectáculo. Para Heather Levi (2016), el quiebre de género entre la lucha americana y la mexicana está especialmente relacionado a este evento. En Estados Unidos de América la lucha se organizó desde sus orígenes como un producto televisivo, mientras que en México se adaptó a los requerimientos de la televisión.

Entre 1960 y 1970, es el apogeo de la lucha libre en México, con grandes figuras como Blue Demon, Black Shadow, Médico asesino, Rayo de Jalisco, Dr. Wagner, Ray Mendoza, huracán Ramírez, entre muchos otros.

En 1975, un promotor de Pachuca, Francisco Flores, vio la oportunidad de generar otros eventos y en enero de ese año realizó una función estelar en el Palacio de los Deportes en conjunción con Producciones Mora y otros promotores de menor alcance. Este atrajo luchadores de renombre debido al cambio en el sistema de pago, que paso del antiguo porcentaje a regalías fijas, conocidas de antemano por el luchador.

Del Palacio de los Deportes se trasladaron a un espacio ya existente denominado El Toreo de 4 caminos. Las grandes figuras de la Lucha libre estuvieron presentes en esta arena, incluyendo al Santo y Blue Demon. En esa misma época otras arenas independientes vieron su apogeo, como lo fue la arena Nezahualcóyotl.

Para 1990, Empresa mexicana de Lucha libre (EMLL) era la única empresa grande y diversos promotores pequeños que trabajaban con una inmensa cantidad de luchadores independientes. En ese momento comienzan a televisarse nuevamente las luchas y Antonio Peña deja la administración de la empresa líder para formar su propio negocio.

Antonio Peña y Alejandro Burillo forman la empresa Asesoría Asistencia y Administración de espectáculos (AAA). Con este nombre marcarán un nuevo rumbo para la lucha libre, donde lo fundamental pasa a ser el espectáculo por encima del deporte. La lucha libre recrea patrones estadounidenses y busca en la mercadotecnia su principal fuente de inspiración. Aparecen edecanes, y juegos de luces y sonido para acompañar la lucha. Este tipo de lucha también quiebra el

esquema original compuesto por llaveos y contrallaveos, en post de una lucha más ágil y vistosa que en ocasiones incorpora artefactos como sillas, mesas, escaleras, etc. Este tipo de lucha son verdaderos eventos televisivos.

Con el nacimiento de la AAA, se generan en México dos estilos diferentes de espectáculo. El tradicional, en el que los luchadores siguen siendo considerados deportistas y el esquema de AAA que ofrece más show que deporte.

La nueva empresa toma el modelo americano, en principio porque el ritmo americano estaba en función de la televisación.

En 1991, el EMLL cambia su nombre al que mantiene actualmente: Consejo Mundial de Lucha Libre. Construye su DNA en torno al deporte en conjunción con el espectáculo, el desarrollo de rivalidades locales y con evento anuales como son el Homenaje a Dos leyendas y El aniversario.

Cuando la lucha libre volvió a la televisión y las dos grandes empresas (Consejo Mundial de lucha libre y AAA) comenzaron a ser grandes estrategias de la mercadotecnia.

La lucha libre mexicana nunca dejó los grandes centros urbanos y supo anclarse en la TV y luego pasar a otros formatos ya digitales que incrementaron la publicidad y el desarrollo del deporte espectáculo.

La lucha libre se constituyó en “el segundo deporte más visto en el país”. De acuerdo con la empresa de medición de audiencia Ibope, las funciones televisadas obtuvieron en 2001 un promedio anual de 6.75 puntos de rating, por encima de todos los demás deportes a excepción del fútbol, que alcanzó un nivel medio de nueve puntos.

Televisa ha sido el primer inversor en esta etapa, y poseía un conjunto de condiciones para hacer posible la transmisión, como lo son los acotar los tiempos de comienzo de las luchas, un cambio en la iluminación y en los espacios que los luchadores podían disponer. El público pasó a segundo plano.

En este proceso histórico que incluye a la televisión como parte de su desarrollo, la lucha libre mexicana ha ido cambiando, pero aún así conserva sus principales características definitorias basadas en la utilización de máscaras, la interacción con el público y la tradición de las dinastías que permiten seguir concibiéndola como un fenómeno único que se sostiene en la cultura popular mexicana.

Muchas empresas de comunicación se han interesado y han realizado convenios con diferentes empresas y arenas: Televisa, TV Azteca, Galavisión, ESPN, Space y Claro TV son algunos ejemplos.

Hoy la lucha libre está presente en la televisión mexicana, transmite otros productos aparte de las funciones de lucha: con reality shows, documentales, aparición en novelas y series, como por ejemplo “Blue Demon”, que tienen formatos semejantes a las telenovelas y que de algún modo acercan la lucha libre a otros públicos.

Claramente, el telespectador de lucha libre genera un vínculo diferente a la presencia en las arenas, ya sea porque observa sin interactuar directamente en la

contienda o porque en ocasiones sólo recibe retazos de lo ocurrido. Comparando ambos espectadores, uno de ellos es activo y se expresa por diferentes canales de comunicación, mientras que el telespectador sólo tiene la posibilidad de generar discursos, conversar acerca de lo ocurrido. Una circulación es parte del fenómeno y la otra es siempre posterior.

Otra diferencia crucial que vive un espectador que asiste a las arenas, es la inversión económica, que incluye el boleto, bebidas, botanas e incluso una serie de recuerdos que pueden comprarse en las arenas. La lucha libre también es una experiencia de consumo integral. Desde la comodidad del hogar el gasto económico y energético se diluye. La lucha libre logró llegar a otros espectadores que no consumían las funciones de lucha libre, pero que sí estaban dispuestos a verlo desde su casa.

Como contrapartida, la lucha libre en ocasiones fue presentada fragmentada e incluso maquillada, ya que la sangre en principio no debía mostrarse, y también quedaban proscriptos luchadores exóticos y a menudo amazonas. Este recorte modificaba la percepción de la lucha libre como un todo, que construye un hilo narrativo continuo a lo largo de la función.

La lucha libre y los nuevos formatos digitales

La evolución de la lucha libre no sólo está vinculada a la influencia de la televisión. En la actualidad las redes sociales y el *streaming* siguen modificando este fenómeno, se ha generado un nuevo estadio en el vínculo entre el espectáculo y su público: nuevos regímenes de la mirada y nuevas formas de interacción aparecen.

El primer paso fue el de compartir los contenidos televisados en YouTube, esto permitió a los espectadores volver a ver la función o elegir cuándo, cómo y dónde verla. También permitió internacionalizar más el deporte de los encordados. De hecho, en la actualidad se encuentra el mayor afluente de extranjeros registrados en las arenas, quizás vinculado a que las distancias se acortaron con la tecnología. Por ejemplo, las transmisiones de la empresa pionera cuentan con una presentación en japonés para los aficionados nipones.

Es importante recalcar que YouTube posee un acervo documental basto acerca de diferentes momentos de la lucha libre en México, en este momento su material también es valioso para adentrarse en la lucha libre a nivel histórico y geográfico.

Las grandes empresas de lucha libre (CMLL y AAA) se convirtieron en productoras de sus propios contenidos. Por ejemplo, los contenidos del Consejo Mundial se exhiben en tv abierta, en facebook live, y en el canal de Youtube. Existen diferentes plataformas adaptadas a nuevas audiencias.

Por otra parte la posibilidad del streaming les permite diversificar sus contenidos, que pueden ser generados para Youtube o para Facebook y luego por derrame llegar a otras redes.

El CMLL informa es un noticiero en vivo que cuenta con la presencia de público y que se transmite en vivo por sus plataformas. Interactúa el público en dos niveles: con su presencia o a través de preguntas y comentarios en las redes. Esta empresa también posee varios formatos abiertos a la comunicación directa como entrevistas, eventos y las mismas funciones.



Figura 2. Conferencia de prensa. Fuente: CMLL informa (febrero de 2020).

Con respecto a AAA, esta empresa tiene la característica de ser itinerante, y apoyar su mercadotecnia y visibilidad primero en la televisión y actualmente en plataformas de streaming. A nivel del negocio logra una sinergia fundamental para su evento emblemático, la Triplemanía que ha logrado índices de audiencia extraordinarios, y que le permite su vigencia en todo el territorio mexicano. Los aficionados de AAA, en ocasiones no asisten por las distancias que deben cubrir, pero tienen la posibilidad de seguir a la empresa en los nuevos formatos. De hecho, dicha empresa es un producto que fue ideado como producto televisivo.

Otros intentos de comercialización de la lucha libre han sido encabezados por Netflix que realizó una serie de productos documentales (Nuestra lucha libre) o productos de ficción como Lucha Underground, este último generaba rivalidades abajo del ring y luego eran dirimidas en un ring que carecía de público. Este producto resultó un híbrido entre los cánones de la lucha americana y la mexicana, y dejaba de lado el concepto de lucha libre como performance, construyéndola como una ficción sin contexto.

No sólo las empresas producen y generan sus propios contenidos, sino también lo hacen los luchadores y los aficionados. El streaming es un medio para la difusión de contenidos que llega a públicos fragmentados. Diferentes aristas conviven, hoy se pueden encontrar en medios digitales la filmación en vivo de un lucha, sumados a las imágenes capturadas por los espectadores, más los resúmenes, los comentarios, que vuelven a reformular lo visto.

Con el advenimiento de las nuevas tecnologías que sostienen el streaming, las narrativas de la lucha y sus rivalidades se encuentran ya no en una secuencia

temporal provocada por la transmisión de las funciones consecutivas. Hoy se suman los discursos generados por las empresas, los espectadores, los especialistas y los mismos luchadores, que se tejen en tramas de significados complejas y aleatorias.

La oferta se ha ampliado: existe un moaré de imágenes con las cuales el espectador debe lidiar. Diversas plataformas ofrecen trayectorias visuales preestablecidas para leer una lucha. Coexisten diferentes regímenes de la mirada que incluso llegan a modificar las mismas prácticas en los espectáculos filmados: se pasa del continuum de la lucha libre entendida como performance a la fragmentación del contenido y su posterior recorte e interpretación de la mano de infinidad de canales de YouTube que vuelven a significar lo ya resignificado.

Hoy, las revistas impresas y las páginas de las compañías tienen poco campo de acción, porque la verdadera acción está en las redes.

En este momento los luchadores manejan sus redes de acuerdo a sus propios criterios. Si bien pueden estar comprometidos con empresas, ellos han construido un marketing de sí mismos. Cuentan sus propias historias que pueden coincidir o no con el personaje que ocupan en la lucha libre. Comienza una nueva etapa, donde en muchos casos son más importantes las figuras que las compañías. Los luchadores generan contenidos de streaming con interacciones directas con sus seguidores, ya alejados del personaje, narrando su vida personal. La categoría rudo y técnico queda desdibujada afuera del ring.

En la actualidad, los fans también comenzaron a desarrollar contenidos propios en principio lanzados principalmente desde Facebook y YouTube para luego expandirse hacia otras redes. Ya la lucha libre no era un mundo encriptado sólo para conocedores, sino que los discursos comenzaron a expandirse en muchas voces y contenidos.

En las transmisiones en vivo en YouTube se genera un nuevo tipo de interacción entre los espectadores: opinan, se conocen, insultan, incluso generan comentarios que alientan la risa. En cierto grado mantienen el humor propio de las arenas, aunque no participan todos los espectadores en estas interacciones.

Las historias pueden surgir en un canal de YouTube, de allí trasladarse a foros de discusión y luego interpelarse a los luchadores por sus acciones y estos responder en las arenas o incluso en la televisión u otros formatos de streaming. Ya las narrativas no son lineales ni predecibles y su impacto y expansión repercute en el cine, los memes, las artes visuales, la narrativa contemporánea, que llega incluso a los cuentos de niños, ya con héroes contradictorios, carnales y urbanos.

De hecho, existen canales de YouTube que se dedican a promover y desarrollar e informar acerca de la lucha libre. Tienen sus propios reporteros y especialistas y se han construido como comunidades de discusión. Ellos son +Lucha, Lucha TV, Nación MX, Videos Oxigenados, Superkick TV, Lucha Noticias, entre otros, que poseen entre 20.000 suscriptores hasta 650.000. Cada uno de estos canales tiene un estilo narrativo y permite acceder a arenas y espacios que van desde Tijuana hasta el Estado de México. Muchos se constituyen como

canales de noticias que estructuran crónicas deportivas e incluyen reportajes en las arenas.

Sus seguidores son muy activos en comentarios e intervenciones, donde el punto crucial es el desarrollo de un conocimiento que debe mostrarse y compartirse.

La lucha libre hoy es portátil, se lleva en los celulares, y rinde su batalla más grande afuera de las arenas, en donde los productos de circulación abrieron la discusión afuera de los rings.

Si se define el streaming como aquellos servicios de video en línea que pueden consumirse en vivo o diferido. Los consumidores pueden generar sus propios contenidos en las arenas, e incluso la temporalidad se ve desfasada. Y también pueden recortar y armar su producto depurado con base en sus preferencias.

En la actualidad, como dicen los mismos luchadores, existen aficionados que no han pisado las arenas y que viven la lucha como un espectáculo fundamentalmente visual. Ha comenzado una nueva era donde los tiempos cortos, la repetición y la instantaneidad generarán nuevos espectadores. Hoy la lucha libre está a pasos de un nuevo cambio paradigmático, la pregunta es cómo adaptarse sin perder su raíz performativa.

Conclusiones

106

Con la transmisión de televisión hubo una ruptura argumental y un primer quiebre en el vínculo directo del espectador con el espectáculo. Un segundo quiebre lo dan las tecnologías asociadas al streaming, que traen a la mano un mundo que cualquiera puede modificar, recortar, exaltar.

Los nuevos espectadores, sentados en sus hogares, generan un vínculo diferente, que los luchadores aún lo logran descifrar, las empresas van atrás de la innovación, las relaciones humanas van rezagadas.

La vida pública del luchador hoy se mezcla con el personaje, la asistencia a las arenas hoy se equipará a expertos de pantalla.

La descripción de los procesos que se dan en la lucha libre puede ser extensivos a otras prácticas humanas. Para Richard Sennett la televisación de eventos produce un efecto narcótico que en vez de que el espectador sea parte de la performance, se torna solamente receptor, sin roces ni olores, ni temperaturas no controladas, en hogares asépticos. El alejamiento de la agonía del otro y de la propia es lo que prima en esta modernidad aletargada. Ya con el regreso de la Tv en la década de los 90, comenzaron a desarrollarse compañías, con estéticas norteamericanas, hechas a la carta, para poder observar sin participar.

En las nuevas formas de participación, donde la opinión es lo único que queda, la incógnita cercana de la lucha libre es si podrá mantener sus características distintivas en un mundo globalizado.

REFERENCIAS

- AAVV. (2015). *Lucha libre: relatos sin límite de tiempo*. Artes de México. N 119.
- AAVV. (2016). *Lucha libre: Dos al hilo*. Artes de México. N 120.
- Anderson, R. E I Carter (1994). *La conducta humana en el medio social. Enfoque sistémico de la sociedad*. Barcelona, España: Ed. Gedisa.
- Argyle, M. (1983). *Análisis de la interacción*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu
- Barbero, M. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Ciudad de México, México: Gustavo Gili.
- Barthes, R. (1980). *Mitologías*. Ciudad de México, México: Siglo XXI.
- Bauman, Z. (2006). *Modernidad líquida*. Buenos Aires, Argentina: F.C.E.
- Bertaccini, T. (2001). *Realidad y ficción del héroe popular*. Ciudad de México, México: Universidad Iberoamericana (UIA)-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).
- Blumer, H. y G., Mugny (1992). *Psicología Social. Modelos de interacción*. Buenos Aires, Argentina: Centro Editor de América Latina.
- Bonilla Arjona, J, R., Maroto Illera, C., Cabrerizo Sanz (2012). *Las industrias culturales y creativas. Un Sector clave en la Nueva economía*. Buenos Aires, Argentina: Fundación Ideas.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Chow, B., E. Laine & C. Warden (2017). *Performance and proffessional wrestling*. Roudtledge. New York.
- Criollo, R., J. Návar & R. Aviña. (2011). *Quiero ver sangre. Historia ilustrada del cine de luchadores*. Ciudad de México, México: UNAM.
- Fernández, J. L. (2009). Broadcast yourself: ¿oxímoron o confusión entre medios? *Comunicar*, 17(33), 55-61.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Ciudad de México, México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Buenos Aires, Argentina: Gedisa.
- Garfías Frías, J.A. (2012) Sin Cara en el proceso de transculturación de la lucha libre norteamericana en México. En: *Desafíos a la migración*. Ciudad de México, México: UNAM.
- Goffman, E. (1994). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Grobet, L. (2005). *Espectacular de lucha libre*. Ciudad de México, México: Trilce-Oceano- Conaculta.
- Gutiérrez, A. (2016). *Antifaz de lucha libre. 1320 máscaras caídas y primeros enmascarados*. Ciudad de México, México: independiente.

- Intirago, E. (2016): *Análisis de tecnologías de streaming: evaluación de protocolos y diseño de un caso de estudio*. Tesis de Maestría en Telecomunicaciones. Universidad Politécnica de Madrid, España.
- Jeffcutt, P., & Pratt, A. C. (2002). Managing creativity in the cultural industries. *Creativity and innovation management*, 11(4), 225-233.
- Lash, S., & Lury, C. (2007). *Global culture industry: The mediation of things*. Cambridge, United Kindom: Polity.
- Levi, H. (1997). Sport and melodrama: The case of Mexican professional wrestling. *Social Text*, (50), 57-68.
- Levi, H. (2008) *The world of lucha libre. Secrets, revelations, and Mexican national identity*. Durham, United States of America: Duke University Press.
- Levi-Strauss, C. (1985). *La vía de las máscaras*. Ciudad de México, México: Siglo XXI.
- Marc, E. Y D. Picard (1992). *La interacción social*. Barcelona, España: Paidós.
- Mazer, S. (1998). *Professional wrestling: Sport and spectacle*. Mississippi, United States of America: Univ. Press of Mississippi.
- Mauss, M. (1971). *Sociología y Antropología*. Madrid España: Tecnos
- Miranda Fascinetto, L. (1992). *Sin máscara ni cabellera*. Ciudad de México, México: Marc Ed.
- Möbius, J. (2007) *Y detrás de la máscara...el pueblo: Lucha libre, un espectáculo popular mexicano entre la tradición y la modernidad*. Ciudad de México, México: UNAM.
- Monroy Olvera, H. & M. Reducindo Zaldivar (2017). *Lucha Libre 85 años*. Ciudad de México, México: AM Editores.
- Monsiváis, C. (1995). *Rituales del caos*. Ciudad de México, México: Era.
- Padilla Coronado, S. (1994). "60 años de Lucha Libre en México: técnicos y rudos, ídolos de la afición", UNAM, ENEP-Aragón. Comunicación y Periodismo. 355
- Pavis, P. (2011). *El análisis de los espectáculos*. Barcelona, España: Paidós.
- Prieto Stambaugh, A. (2009). ¡Lucha libre! Actuaciones de teatralidad y performance. Actualidad de las artes escénicas. Perspectiva latinoamericana, Domingo Adame (ed.) México: Universidad Veracruzana – Facultad de Teatro, pp. 116-143.
- Schechner, R. (2000). *Performance. Teoría y prácticas interculturales*. Buenos Aires, Argentina: Libros del Rojas- UBA.
- Schechner, R. (2010). *Estudios de la representación. Una introducción*. Ciudad de México, México: FCE.
- Sennett, R. (1997). *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la sociedad occidental*. Madrid, España: Alianza.
- Soto Ramírez, J. (2009). Antropología Social de La lucha Libre en México. (Tesis de Doctorado) Ciudad de México, México: INAH.
- Taylor, D., & Fuentes, M. (2011). *Estudios avanzados de performance*. Ciudad de México, México: FCE.
- Taylor, D. (2012). *Performance*. Buenos Aires, Argentina: Asunto impreso.

- Verón, E. (1993). *La semiosis social*. Barcelona, España: Gedisa.
- Vidal, D. (2014). El productor audiovisual frente al nuevo canal streaming: retos y obstáculos en la era digital. Tesis de Maestría en Comunicación. UNAM. México.
- Vigil, A. & J. Mares Martínez. (2010). *Sin límite de tiempo. Crónicas de la lucha libre*. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Villarreal, H. (2009). Simulacro, catarsis y espectáculo mediático en la lucha libre. *Razón y Palabra*, 69, pp. 1-11. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.



"Nuevos espectadores: revolución en la lucha libre mexicana a partir de la aparición del *streaming*" por Patricia Celis Banegas está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

RESEÑA: Carpio, A., Solis, R. & Bernardo, Y. (2019). *Migración y Religión*. México: Universidad Iberoamericana.

Carlos Enrique Torres Monroy¹

Sección: Reseñas**Recibido:** 09/01/2020**Aceptado:** 28/02/2020**Publicado:** 23/04/2020

La multiplicidad de aristas con las que se observa el fenómeno de la migración, tanto en la opinión como en las políticas públicas, obliga a que el diálogo entre los estudiosos de las ciencias sociales y las humanidades se mantenga en constante dinamismo. Entre las interrogantes que siguen despertando interés destacan las que vinculan a la movilidad humana con el fenómeno religioso. Estudiar el ámbito de las creencias en entornos migratorios, desde enfoques teóricos, empíricos y teológicos, es una propuesta lanzada por Amílcar Carpio e Yves Solis, coordinadores del libro *Migración y Religión*.

Editado por la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México, el título también contó con la colaboración de la Comisión para el Estudio de la Historia de la Iglesias en América Latina y el Caribe (CEHILA). Desde su fundación en 1973, la CEHILA constituyó una red de historiadores y religiosos interesados en el devenir histórico del cristianismo latinoamericano desde la perspectiva del pobre y el desposeído. Dicha postura alentó investigaciones inclinadas al cristianismo desde la óptica del indígena, el campesino, el obrero, la mujer, el afrodescendientes y los migrantes. En términos de fuentes, los historiadores pertenecientes a la Comisión dieron uso a documentos poco tomados en cuenta con anterioridad, como la correspondencia que revisó José Oscar Beozzo (1993) de migrantes católicos europeos que se quedaban consternados ante las tradiciones del catolicismo brasileño. Conforme la CEHILA fue ampliando sus redes, hubo una mayor tendencia en colocar a los sujetos de estudio frente a las corrientes historiografías como la Historia Cultural, lo que orilló a plantearse interrogantes ligadas al origen y la difusión de las devociones populares. Algunas investigaciones, compiladas en el libro *Experiencia religiosa e identidades en América Latina* (2013), retrataron los lazos tejidos con el fenómeno migratorio. Para el lector interesado en la psicología, *Migración y religión* es una obra que va más allá de un análisis sobre cómo la migración moldea la vida de los creyentes, las prácticas y las instituciones en el contexto de los desplazamientos humanos.

¹ Estudiante del doctorado en Historia en la Escuela Nacional de Antropología e Historia. Correo electrónico: carlos_tmy@hotmail.com

Se trata de un libro que invita a la reflexión psicológica centrada en las experiencias que impulsan a los individuos a dejar su lugar de origen para partir hacia lo desconocido. Si bien la decisión de migrar puede ser personal, existe un entorno colectivo que influye en su determinación. Con base en la propuesta del psicólogo Charles Blondel (1966), los entornos migratorios se pueden insertar dentro de "estados afectivos... en el seno de grupos más o menos bien delimitados, en el interior de los cuales ejercen una acción contagiosa más o menos intensa" (p. 170). Por esta razón, la migración constituye una ventana para observar los estados afectivos que experimentan aquellos que han decidido marcharse de su lugar de origen para arribar a otro en el que enfrentan choques con culturas ajenas. Los miedos, las esperanzas, la melancolía y otras emociones son perceptibles no por la acción de un migrante en particular, sino por todo un colectivo que las reproduce y las dota de sentido. Si a esto se suma la variable de las creencias religiosas, se conforma lo que Pablo Fernández (2004) llama una "sociedad mental" nutrida por multitudes creadoras de una realidad que encarnan los migrantes creyentes y les permite reforzar su identidad cultural. La identidad es uno de elementos que Lois Ann Loretzen aborda en el primer capítulo de la obra. A partir de un proyecto multidisciplinar, que incorpora a sociólogos, teólogos y psicólogos, la autora argumenta que las agrupaciones religiosas funcionan como mediadoras entre quienes migran y el entorno hostil al que arriban. Para ello hace uso del concepto aculturación, que retoma de la psicología para identificar el proceso psicosocial de adaptación de los migrantes. Con este enfoque se puede comprender cómo las iglesias y otros colectivos religiosos ayudan a amortiguar la aculturación que experimentan sus feligreses en su cotidianidad. Al hacer su estudio en el área de San Francisco, California, Loretzen y su equipo pudieron acercarse a comunidades de mexicanos, vietnamitas, chinos, filipinos, entre otros, quienes reciben la asistencia de católicos, evangélicos y budistas. Esta propuesta teórica puede marcar rutas para investigaciones centradas en las acciones que realizan los religiosos para atender a los migrantes, así como el modo en que responden y reajustan sus dinámicas de vida para adecuarla a su nuevo entorno.

Las personas y organizaciones que auxilian a la población migrante también son objeto de estudio: esto sostiene Rodolfo Casillas en el segundo capítulo. Con la categoría de labor humanitaria, el autor clasifica el trabajo de estos personajes en cinco formas: la atención directa a los migrantes, las gestiones ante las autoridades del Estado, la búsqueda de recursos, cuidado de las personas en instalaciones adecuadas y la conformación de redes de apoyo. En el caso de aquellos grupos con perfil religioso, a este modelo se suele incorporar el seguimiento doctrinal por parte de sus líderes. Casillas, en particular, se aproxima a los esfuerzos que realizan los católicos bajo la Dimensión Pastoral de la Movilidad Humana, aunque también observa que estos organismos no brindan respaldo económico o jurídico, lo cual se agrava con las limitantes legales que tienen las Asociaciones Religiosas. Esta reflexión lo lleva a proponer la

conformación de instancias que permitan la colaboración entre las organizaciones religiosas y las instituciones del Estado en materia de migración. Del tercer al sexto capítulo el libro nos muestra investigaciones empíricas producto de investigaciones en las que confluyen ambos fenómenos. El primero es de Silvia García Santiago, quien problematiza los procesos de identidad individual y colectiva que experimentan los habitantes de Chalcatongo, Oaxaca que parten y regresan a Estados Unidos. La autora observa que los cambios producidos por la migración entre estos habitantes y su impacto sobre las afectividades de los individuos, tanto al momento de instalarse en el extranjero, como al retornar a su lugar de origen. La adopción de nuevas costumbres tiene efectos en la vida familiar y social, incluyendo la religiosa de la localidad. Prácticas locales como el ritual del sepelio, apunta García, permiten crear vínculos de identidad y ayudan a mitigar la percepción negativa que tienen las personas sobre los migrantes que llegan con nuevas costumbres.

Siguiendo con los efectos que produce la migración en las comunidades de origen, Amílcar Carpio Pérez aborda la devoción a Cristóbal de Magallanes, un sacerdote canonizado durante la Cristiada, canonizado en 2000 y cuya veneración se concentra en el pueblo de Totatiche, Jalisco. En su investigación, Carpio descubre que las manifestaciones más practicadas de la devoción a San Cristóbal son los exvotos y el culto a las reliquias del santo. En ambas acciones de religiosidad popular la migración hacia los Estados Unidos se hace presente por medio de exvotos elaborados por los migrantes o sus familiares que agradecen por el cumplimiento de algún milagro: cruzar la frontera, obtener documentos de residencia, graduarse en el colegio, regresar ileso del servicio en la milicia estadounidense, entre otros. De igual modo, la festividad al santo, donde salen sus reliquias en procesión, es un evento en el que se hacen presente los migrantes, a los que llaman "hijos ausentes". Esto permite al autor ver este fenómeno a partir de los sentimientos y mentalidades de los creyentes en torno a un espacio de referencia afectiva para aquellos que no pueden estar presentes. La relación exvoto y santuario también aparece en el texto de Erasmo Sáenz Carrete sobre el Señor de los Guerreros de San José del Tizonazo, Durango. El arraigo de esta advocación cristífera se explica gracias a prácticas peregrinas de orígenes virreinales que permitieron expandir la devoción a una escala regional, la cual se puede rastrear con las muestras de exvotos que depositaban sus fieles en el santuario. Con las nuevas circunstancias económicas del siglo XX, la devoción al Señor de los Guerreros acompañó a quienes migraban a Estados Unidos, lo que llevó a Sáenz a plantear la cuestión bajo la perspectiva de la teoría de redes de migración de Douglas Massey. De esta manera se trabaja la migración a partir de las relaciones interpersonales para el intercambio de información: en qué temporada partir, por dónde cruzar la frontera, dónde hospedarse o a qué dedicarse al llegar al lugar de destino. Esta propuesta lleva a observar a las expresiones religiosas desde las redes tejidas por los creyentes para arraigar su propia devoción y transmitirla a otros. Así, un exvoto relacionado con la migración

refiere a la labor hecha por el devoto para compartir un suceso que atribuyó como milagro a sus conocidos y éstos, a su vez, difundiendo lo acontecido entre sus allegados, con lo que la experiencia migratoria puede resultar más llevadera.

En cuanto a las redes que entretejen los migrantes, no todas están relacionadas con espacios sagrados de origen, en algunos también se construyen en el lugar de destino. De esto habla Robert Wright con su trabajo sobre el santuario dedicado a la Virgen de San Juan en el Valle Bajo del Río Grande, Texas. Oriunda de Jalisco, esta advocación mariana no sólo acompañó a sus fieles, sino que la propia imagen migró de la mano del sacerdote José Azpiazu y dos de sus ayudantes en 1948. Si bien el santuario se volvió un punto de referencia para el auxilio a migrantes, Wright observó reconfiguraciones en las prácticas religiosas a finales del siglo XX, como el uso del inglés para misas o la construcción de un nuevo relato sobre el origen de la advocación en la zona. Dicha situación cambió con la llegada del sacerdote Eduardo Ortega, quien hizo lo posible para recalcar el origen migratorio de la devoción, hasta que en 2008 consiguió que se declarara a la Virgen de San Juan del Valle como patrona de los migrantes. Más allá de plantear una historia devocional, en este capítulo se reflexiona sobre cómo actúa la memoria colectiva en los procesos de olvido por parte de segundas o terceras generaciones de migrantes, y de recuperación, impulsada por el sacerdote Ortega, de origen mexicano, quien contó con el respaldo de la institución eclesiástica.

En los siguientes tres capítulos la cuestión migratoria se estudia bajo la mirada de la teología y los derechos humanos. La sección comienza con Camilo Pérez Bustillo, quien aborda los efectos negativos de las políticas antidrogas transnacionales. Al usar el término “mexicanización” del Plan Colombia, el autor apunta a un escenario de “terror estatal” en el que se ven atrapados los migrantes, quienes son víctimas de grupos criminales y autoridades mexicanas, que a su vez los criminalizan. La siguiente reflexión corresponde a Ana María y Gabriel Bidegain la pastoral migrante, que aborda la práctica de la “hospitalidad” desde una teología católica latinoamericana: tratar al migrante como si fuera Jesús de Nazaret. Esto conlleva al abordaje de otro concepto teológico, la “esperanza”, propuesto por Olayo Méndez. A partir de un proyecto de investigación en el que se entrevistó a migrantes centroamericanos rumbo a México, se observaron las capacidades de los migrantes para saltar las diferentes dificultades, con las que el autor aborda la migración como una experiencia orientada hacia el futuro, pero vívida en lo inmediato.

La compilación de Carpio y Solís constituye un aporte fresco a los estudios sobre migración y religión desde múltiples enfoques. Para el lector versado en la psicología, la obra invita a reflexionar esta cuestión desde su oficio. Para los lectores de otras disciplinas, valdría el esfuerzo de leer estos trabajos con la perspectiva de los psicólogos. Aspectos como el estudio histórico de la migración por medio de la psicología colectiva, hasta el estudio de los organismos dedicados al mejoramiento psicológico de los migrantes, permitirán resolver

ciertas preguntas y generar nuevas sobre los efectos de estos fenómenos en los distintos escenarios nacionales y transnacionales.

Referencias:

- Beozzo, J. (1993). <<As Igrejas e a Imigração>>. En Dreher, M. (ed.), *Imigrações e História da Igreja no Brasil*. São Paulo, Brasil: Editora Santuário, CEHILA.
- Blondel, C. (1966). *Introducción a la psicología colectiva*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Troquel.
- Fernández, P. (2004). *La sociedad mental*. Barcelona, España: Anthropos.
- Experiencia religiosa e identidades en América Latina (2013). San José, Costa Rica: DEI, CEHILA.



"Reseña: Carpio, A., Solis & Y. (2019). *Migración y Religión*. México: Universidad Iberoamericana." por Carlos Enrique Torres Monroy está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Reseña: Ghodsee, K. (2016). *From notes to narrative: writing ethnographies that everyone can read*. Chicago: The University of Chicago Press.

Iván Flores Obregón¹

Sección: Reseñas

Recibido: 11/02/2020

Aceptado: 28/02/2020

Publicado: 23/04/2020

Pensemos en la siguiente situación: hemos pasado más de un año en campo, nuestro diario está repleto de detalles y datos que hemos recabado con cuidado. Están también las entrevistas con sus transcripciones y estamos saturados de información, nuestras preguntas de investigación están respondidas. Parece que ya hemos pasado lo más difícil, sin embargo, nos enfrentamos a otro problema: ¿cómo organizar esta enorme cantidad de información en un texto que logre transmitir claramente lo que hemos aprendido? ¿cómo redactarla para que muestre la profundidad de lo que hemos encontrado y no sea un anecdotario?

Creo que pocas cosas resultan más estresantes para un estudiante o investigador que sentarse a escribir cualquier texto y enfrentarse a una página en blanco, el ejercicio de traducir nuestros pensamientos a palabras escritas suele exigirnos un esfuerzo más allá. Parte de lo que he aprendido en mi corta experiencia es que no basta con elaborar buenas ideas, hay que tenerlas en escrito e idealmente hay que publicarlas, compartirlas y discutir las. Es parte del ciclo de la producción científica. Las palabras son ciertamente la materia prima con la que construimos ideas, explicaciones e interpretaciones, de tal forma que tener la astucia de hacernos muchas preguntas sobre la realidad social o ser creativos en las formas de crear lazos significativos con nuestros interlocutores en campo es inútil si no podemos elaborar textos que transmitan nuestro conocimiento.

Con el paso de los años (espero) vamos adquiriendo estrategias para construir textos que posean una fuerza suficiente como para mantener al lector atento e interesado, sin embargo, esa parte del camino suele transitarse solitariamente frente a la máquina, yendo y viniendo entre borradores, correcciones, comentarios y nuevos borradores. Nunca he visto a ninguno de mis

¹ Estudiante del doctorado en Ciencias Antropológicas de la UAM-Iztapalapa. Correo: ivanfloresobregon@gmail.com.

profesores enfrentarse a la construcción de un texto desde cero, quizá por eso siempre tengo la impresión de que todos son demasiado brillantes y que sus trabajos han de surgir fluidamente, sin tropiezos ni contratiempos. Becker (2011) nos ha dado una buena cantidad de ejemplos sobre ello.

Me parece que en eso reside el valor del trabajo que Ghodsee presenta, su libro está plagado de ejemplos sobre las dificultades que muchos experimentamos cuando escribimos, el texto se construye bajo un argumento fundamental: nadie quiere leer textos llenos de tecnicismos innecesarios que parecen estar contruidos para obligarnos a salir de casa y hacer algo mejor. La experiencia académica de Ghodsee le ha mostrado que los textos fallan si su prosa es opaca, verborreica y ofuscada. Incluso si se trata de lecturas alabadas por la comunidad científica.

Se trata de un posicionamiento más crítico sobre la forma en que presentamos los saberes de nuestras disciplinas, el reto es aspirar a redactar de forma concreta sin dejar atrás la rigurosidad teórica o metodológica porque ¿no hemos dedicado bastantes años a investigar cosas que esperamos puedan ser leídas por otros? Ghodsee cree que esto es posible, su mismo texto respalda estos principios y aunque pueda parecer un estilo de escritura que peca de pragmatismo y reduccionismo, lo cierto es que este libro logra que nos hagamos preguntas centrales sobre el ejercicio de escribir.

Tal vez sea bueno considerar que la elaboración de una etnografía es también un ejercicio de producción narrativa y como tal, nos permite contar una historia sobre lo aprendido. Con sorpresa notaremos que este trabajo de redacción contiene todos los presupuestos epistémicos, suposiciones y reconstrucciones que se elaboran a veces a nuestra conveniencia. Hammersley y Atkinson (2010) dirán que la escritura etnográfica a veces es mucho más importante que esa infinita cantidad de datos que guardamos en nuestras computadoras. Esto trae a mi mente una frase de Gabriel Rodríguez Liceaga, un joven cuentista de la Ciudad de México, a su juicio un buen cuento “debe ser como cuando a la cinta diurex tratas de encontrarle el principio (o el fin) a rasguños y nomás no lo consigues. Entonces te das cuenta de que tienes un objeto perfecto en las manos”.

Esta curiosa perspectiva no supone un choque frontal contra la escritura académica, de hecho, podría complementarse. Nuestros trabajos también podrían (y probablemente deberían) fascinar a nuestros posibles lectores, pero ¿cómo lograrlo? En principio Ghodsee nos propone escribir sobre un tema que nos guste, un principio que los cuentistas como Rodríguez Liceaga tienen claro: “Mi punto de arranque para escribir una historia tiene que ver con lo que me emocione”. La etnografía -como casi cualquier otra forma de escritura académica- está relacionada con algo que nos emociona, nos interpela o nos reta, esa misma motivación que nos mantiene en el ejercicio imposible de producir interpretaciones de un mundo que cambia a cada segundo.

En ese sentido, las reflexiones de Ghodsee sobre la creación textual son pertinentes para cualquier estudiante, sin embargo, creo que sería bueno revisar

su libro cuando comenzamos la carrera universitaria. En mi licenciatura no recuerdo haberme preocupado tanto por mi forma de pensar y criticar los textos, mucho menos por cómo escribir y mejorar mis trabajos finales. La dinámica era más bien escribir de golpe lo que recordaba, leerlo rápido y entregarlo lo más pronto posible con la esperanza de pasar las materias sin problemas. Terrible error.

El libro de Ghodsee puede ser un excelente recurso para las clases de metodología o que están relacionadas a los proyectos de tesis. Leer "From notes to narrative: writing ethnographies that everyone can read" permite abrir un diálogo para discutir nuestras prácticas y también vicios al momento de escribir, como ya he dicho antes, el trabajo de redacción es solitario y quizá por eso resulta más complicado observar con cierta distancia cómo lo llevamos a cabo, escribir puede parecer tan obvio que pensar en por qué lo hacemos así puede convertirse en un verdadero reto. Invertir tiempo en esta especie de auto-observación no es casual, sino que es producto de la importancia que ha adquirido la reflexividad en los trabajos de corte cualitativo, especialmente en la etnografía.

Otro de los consejos que destacan del libro de Ghodsee es escribir en primera persona, lo que en principio me pareció arriesgado y poco común, especialmente después de haber pasado bastante tiempo preparando textos que aspiraban a ser "objetivos" y fieles a la realidad. Sin embargo, cuando aprendemos (o enseñamos) que los textos académicos deben ser escritos en tercera persona, lo que estamos haciendo es construir una voz impersonal y ajena que parece no estar involucrada y que "carece de poder e intimidad" (Ghodsee, 2016, p. 36). En diversos niveles encuentro una relación profunda entre este trabajo y el famoso "Manual de escritura para científicos sociales" de Becker (2011), los dos textos buscan que seamos más arriesgados al momento de escribir y ¿qué puede ser más temerario que escribir asumiendo la responsabilidad de lo que pensamos y publicamos?

La etnografía exige que pasemos una buena cantidad de tiempo con nuestros interlocutores, lo que significa pensar y preparar minuciosamente todos los detalles de lo que puede o no ocurrir durante el proceso. Al terminar de leer este libro me he quedado con la idea de cuántas etnografías regresan al campo para poder ser leídas, entendidas y disfrutadas por nuestros interlocutores, sospecho que pocas. Ghodsee nos invita a considerar que es más probable que el impacto de una obra sea mayor, si puede ser discutida por más personas.

Tal vez por esta razón, Ghodsee trata de deconstruir esa voz intelectual que utilizamos cuando escribimos un texto académico. Es verdad que buena parte de nuestro entrenamiento profesional requiere que comprendamos la jerga técnica con la que nuestros diálogos quedan estandarizados en pequeños nichos intelectuales. Los psicólogos que hablan de "representación social" encuadran su pensamiento con Moscovici, comentaremos sobre el "habitus" y Bourdieu establecerá un posible marco de discusión, sin embargo es posible que las grandes palabras oculten vacíos explicativos, Williams (1981) citado por Ghodsee

dice que "algunos escritores eligen lenguaje complicado no solo para engrandecer sus ideas, sino para enmascarar su falta, esperando que la complejidad impresione a quienes confunden dificultad con sustancia", Williams continúa esta dura crítica diciendo que "cuando no sabemos de qué estamos hablando y no queremos que otros se den cuenta que no sabemos, típicamente recurrimos a oraciones largas y complicadas".

Escribir de forma rimbombante y complicada también puede ser producto de un mantenimiento de las jerarquías académicas que reinan en muchas universidades y demás instituciones educativas, pero esta necesidad por sonar inteligentes hace que perdamos de vista nuestra capacidad para establecer un lazo con otros. A veces, el lenguaje académico y rebuscado puede intimidar al lector y hacerlo sentir que no está capacitado para comprender, ¿realmente somos tan distintos de los demás? En todo caso, es más probable que nuestro impacto en el mundo sea más efectivo si encontramos una voz menos pretenciosa.

Cuando escribimos no solo explicamos lo que hemos aprendido, sino que también revelamos -a veces sin saberlo- nuestras posturas políticas, éticas o ideológicas, hasta cierto punto esto es inevitable sin embargo eso no significa que no tengamos la responsabilidad de pensar en ello cuando redactamos nuestros informes finales. Son los gajes del oficio, escribir es un trabajo arduo que requiere mucha disciplina y práctica. Ghodsee nos muestra que no somos los

únicos preocupados por los textos que desarrollamos; de hecho, encontraremos a lo largo del libro una vasta colección de anécdotas curiosas, sugerentes y valiosas sobre distintas perspectivas alrededor de la escritura, algunas provenientes de la academia, otras de la literatura.

Este trabajo nos compete a todos los que estamos interesados en que nuestras ideas vayan más allá del tiempo y espacio, que perduren para ser discutidas, criticadas y pensadas. Escribir puede parecernos una tarea evidente, pero pocas veces tenemos la oportunidad de discutirla a la luz de la experiencia de otros. Este texto es una invitación y, por momentos, logra que nos sintamos motivados, Ghodsee concluirá diciendo que: "si tus ideas son originales y tu investigación es buena, puedes escribir textos que hablen a tus audiencias más allá de los revisores. Estudiantes, informantes, e incluso tus colegas te lo agradecerán".

REFERENCIAS

- Becker, H. (2011). Manual de escritura para científicos sociales: cómo empezar y terminar una tesis, un libro o un artículo. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Hammersley, M. & Atkinson, P. (2001). Etnografía: métodos de investigación. Barcelona: Paidós.



"Reseña: Ghodsee, K. (2016). *From notes to narrative: writing ethnographies that everyone can read*. Chicago: The University of Chicago Press" por Iván Flores Obregón está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

RESEÑA: Monroy, I. y Valdés, K. (2018). *Alcances de la Psicología*. México: Fontamara en coedición con la Universidad Autónoma de Coahuila.

Joel Zapata Salazar ¹

Sección: Reseñas

Recibido: 20/11/2019

Aceptado: 28/02/2020

Publicado: 23/04/2020

En el México de nuestros días, una de las disciplinas con mayor influencia en el ámbito social, es la Psicología. Como ciencia y como profesión, su práctica involucra planteamientos epistemológicos, teóricos, empíricos y de intervención que han de documentarse y darse a conocer como parte de las actividades de divulgación del conocimiento propias de la disciplina.

En ese sentido, el Consorcio de Universidades Mexicanas (CUMex), a través de la Cátedra de Investigación en Psicología "Julietta Heres Pulido", se da a la tarea de convocar a los profesionales y especialistas en la disciplina, para trabajar temas específicos. Es así como vio la luz el libro "Alcances de la Psicología", obra coordinada por Iris Rubi Monroy Velasco y Karla Patricia Valdés García. En ella, se compilaron una serie de capítulos producto del trabajo de los miembros activos de las distintas mesas que conforman la Cátedra de Investigación en Psicología del CUMex. El objetivo central de la obra fue evidenciar el aporte científico de los profesionales de la Psicología a través de capítulos que incluyen evidencia empírica de las investigaciones que han realizado como parte de su quehacer científico. En la presente reseña, se abordarán los planteamientos centrales de cada una de los trabajos presentados.

La obra inicia con el capítulo "Caracterización de niños institucionalizados y la importancia de las habilidades sociales", colaboración realizada por Claudia González Frago, Alicia Hernández Montaña, Daniela M. De León Rodríguez y Mónica Reyna Martínez. En éste, se destaca la importancia de las habilidades sociales como uno de los elementos clave para el desarrollo del niño; sin embargo, observan que durante la infancia los niños pueden presentar desarrollos diferenciados. Las autoras destacan el papel de las instituciones en el desarrollo de los niños. También, mencionan los pocos estudios en el tema con los que se cuenta en México. Esto, ha generado lagunas importantes respecto al

120

¹ Profesor de la Universidad Autónoma de Coahuila. Correo electrónico: joel_zapata@uadec.edu.mx

conocimiento de las experiencias de la evaluación que las personas que han pasado por esta situación, realizan durante esta etapa. Esta información resultaría de importancia capital para evaluar la eficacia del modelo asistencial que impera en nuestro país.

Para continuar, en el capítulo titulado “Alcances de la psicoterapia breve: propuesta para trabajar el sufrimiento con múltiples psicoterapias”, de Santos Noé Herrera Mijangos, Aline Aleida del Carmen Campos Gómez y Dayana Luna-Reyes elaboran una propuesta crítica frente a la realidad formativa de las personas que ejercen la psicoterapia en nuestro país.

El punto de partida: tanto en el pregrado como en el posgrado, las tendencias educativas de los psicólogos se encaminan a formar profesionales con conocimientos generales (en el caso de la licenciatura), técnicos o en el mejor de los casos investigadores, muchos de los egresados no cuentan con las competencias necesarias para la práctica clínica. Dejando una profunda preocupación porque es necesario cuestionarnos qué es lo que estamos haciendo en las instituciones de educación superior en la formación o deformación de los estudiantes en psicología.

Por otra parte, se retoma un capítulo que se aborda desde la Psicología Educativa, la cual, es una rama de la disciplina que nace casi de manera paralela al estatus de cientificidad de la Psicología, aportando información valiosa acerca de los procesos de desarrollo del niño en los niveles cognitivo y socio afectivo, principalmente. De este modo, Blanca de la Luz Fernández Heredia y Jesús Adriana Sánchez Martínez, reparan en el capítulo, “La Psicología Educativa en los albores del siglo XXI”, las transformaciones que la psicología de la educación, ha sufrido a lo largo de los siglos XIX y XX.

Los autores van hilvanando un discurso que permite establecer una visión integradora de los vínculos entre la psicología de la educación y el resto de las ciencias de la educación. La psicología de la educación no sólo juega un papel fundamental en la comprensión y desarrollo de las relaciones entre tecnología y procesos de enseñanza-aprendizaje; también juega un rol importante en los procesos de formación del profesorado. En este escrito se recuperan los cuatro ejes fundamentales propuestos por la Organización de las Naciones Unidas: aprender a aprender, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a vivir. Esta propuesta incluye técnicas y saberes pero también formas de encuentro y respeto por la diversidad. Así mismo, señalan como un eje fundamental la formación en valores de los estudiantes.

Las autoras Edna Gabriela Díaz Báez, Paola Alejandra Carmona Ayala y Karla María Menchaca Hernández, nos presentan el capítulo: “Aportes psicosociales al estudio del amor romántico y la violencia de género en relaciones de pareja”. Las relaciones de pareja y la afectividad, han sido temas predilectos de la Psicología desde hace décadas, partiendo de la década del setenta, las investigaciones cuyo objeto de estudio era el amor romántico, ocuparon un lugar en el catálogo de publicaciones científicas; sin embargo, en el contexto actual, parece que las

interacciones que se vinculan a ellas, asumen matices poco saludables que han alcanzado dimensiones no registradas en décadas atrás. En ese sentido se orienta el presente capítulo. Las autoras exploran el amor romántico en parejas heterosexuales desde una perspectiva distinta: lo enmarcan a partir de las interacciones violentas. Resaltan que el amor romántico es la base para que se presente un amplio abanico de conductas, tales como la violencia machista, los homicidios, los divorcios, las rupturas familiares, las infidelidades y los conflictos de orden étnico, religioso o social.

La construcción de la identidad de un ser humano es un proceso que se logra a través del tiempo y no de manera inmediata. En esta idea se profundiza en el capítulo "Identidad y violencia en la juventud", trabajado por las autoras: Iris Rubi Monroy Velasco, Eldaa Madián Aguilar Zamora, María de Jesús González Amancio y Karla Patricia Valdés García. Este proceso se construye con los años y se considera que cambia continuamente. Las autoras mencionan, que algunas de las características que pueden describir a la identidad son que es relativamente duradera, que requiere reconocimiento social, que tiene representaciones simbólicas, construcciones dialécticas, construcciones discursivas y además que son fuente que da sentido al grupo. La información que arroja este capítulo es de gran ayuda para las personas que lo leen con la finalidad de poder entender cómo se han diseñado teorías a partir de diferentes disciplinas. Identidad y Violencia en la juventud también aborda y da información sobre el concepto de juventud y las dos posturas para ver a un adolescente, es decir, desde quien adolece de algo y de todo y como un ser humano en una etapa de transición que puede ser un agente de cambio y movimiento dentro de lo social.

En "Identidad y Violencia en la juventud", se apunta que para entender la Violencia en los jóvenes puede ayudar saber de varios factores como que es una acción interesada, que tiene un fin específico, además, que no es natural y que obedece a factores históricos, sociales y culturales, que involucra a los ámbitos individual y colectivo, que su comunicación es múltiple y que representa relaciones de poder.

El capítulo "Alcances de la Psicología de la Salud en México: consideraciones para una política pública", desarrollado por Arturo del Castillo Arreola, Fuensanta López Rosales, Joel Zapata Salazar, Rafael Armando Samaniego Garay, Rebeca María Elena Guzmán Saldaña, José Luis Jasso Medrano, Isauro García Alonso y Edelmira González Victoria trabaja tópicos actuales en materia de salud desde diferentes contextos y la manera en que las políticas públicas han abordado el tema.

El capítulo nos permite ver como la psicología de la salud es una rama aplicada de la psicología que se dedica al estudio de los componentes subjetivos y de comportamiento del proceso de salud y enfermedad, así como de la atención de la salud. Se nos permite entender la gran variedad de enfermedades en las cuales este profesionista sirve de apoyo estableciendo y diseñando programas de acción integrados por planes de trabajo para cada necesidad en especial. El

estudio de enfermedades como el cáncer, ha sido relativamente reciente en la disciplina, el último capítulo que conforma al libro: "Cáncer: afrontamiento y sucesos vitales", de los autores: Joel Zapata Salazar, Mayra A. Chávez Martínez, Jana Petrzellová Mazacová, Lucero Julián Fabila y Manuel Absaí Zapata. La OMS (2015) define al cáncer como un proceso de crecimientos y diseminación incontrolado de células formando un tumor que invade el tejido adyacente y puede propagarse a otros órganos. El capítulo habla de cómo las mujeres con cáncer afrontan la enfermedad, también menciona algunas estrategias de afrontamiento situacional del paciente con cáncer. Este capítulo muestra una completa investigación en donde se pueden observar las respuestas cognitivas conductuales que llevan a cabo el individuo ante el diagnóstico de cáncer.

Referencias:

Organización Mundial de la Salud (2015), temas de salud, Cáncer. Recuperado de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/cancer>



"RESEÑA: Monroy, I. y Valdés, K. (2018). *Alcances de la Psicología*. México: Fontamara en coedición con la Universidad Autónoma de Coahuila" por Joel Zapata Salazar está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

RESEÑA: Gómez Vargas, H. (2016; 2017; 2018). *Estéticas del Rock, I, II y III*. México: Universidad Iberoamericana León; Instituto Cultural de León; Universidad del Centro de México; Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

Gerardo León Barrios ¹

Sección: Reseñas

Recibido: 23/03/2020

Aceptado: 07/04/2020

Publicado: 29/07/2020

Esta es una reseña de libros académicos poco común, en particular en temas relacionados con las culturas contemporáneas y asuntos de rock. No presentamos un libro, sino tres. Los tres tomos se pueden considerar monográficos y todos abordan la música rock como fenómeno de las culturas contemporáneas; por lo tanto, la obra en su totalidad está escrita para un público –no necesariamente especializado— interesado en comprender el fenómeno sociocultural de este género en una parte de siglo XX y lo que va del presente. Los tres volúmenes son producto del proyecto intelectual emprendido por Héctor Gómez Vargas, como académico de la Universidad Iberoamericana León y observador agudo de los procesos socioculturales de la ciudad de León, Guanajuato, así como de la región occidental. En este proyecto editorial de tres tomos, Gómez Vargas ha abierto un importante espacio para pensar y pensarnos en torno a la figura del rock. La estética, como figura analítica, ha cubierto toda la empresa intelectual del Seminario Estéticas del Rock (SER).

¿Qué nos ha hecho el rock? ¿Qué hemos hecho con el rock? y ¿Qué hereda el rock a sus culturas y sus nuevas prácticas? Estas han sido las preguntas que han conducido cada uno de los tres seminarios, respectivamente, y que han tenido un tono constructivo más cercano al socioanálisis, en tanto los tres encuentros fueron espacio de conversaciones y diálogos donde todos fueron afectados por el hecho de mirar el mundo social y mirarse a sí mismos desde el rock. Bajo el concepto Estéticas del Rock (SER), este espacio de discusión se fue transformando (durante sus tres momentos SER, SER II y SER III), en una comunidad altamente reflexiva que pudo concentrarse en revisar qué somos como sociedad e individuos a partir de la experiencia de vivir este género y sus posibilidades en la

¹ Profesor e investigador de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UABC. Correo electrónico: gleon@uabc.edu.mx

vida social, ya sea como actor del rock o como público. En este proyecto editorial de los tres volúmenes, *Estéticas del Rock* (2016); *Estéticas del Rock II. Los Siglos del Rock* (2017) y *Estéticas del Rock III. Después de las Culturas del Rock* (2018), colaboran autores de diferente perfil, desde académicos especializados en asuntos de cultura y sociedad, expertos en temas de música y rock, promotores, músicos y cronistas del rock; todos, en principio, fans y actores de la cultura rock que exponen desde sus ópticas y reflexividades la experiencia de la música rock y sus implicaciones en la vida de las personas, de las colectividades y de la sociedad en su conjunto. Este último elemento, el hablar desde lo vivido y la conversación desde la "experiencia estética", fue fundamental en la conformación de los tres libros. Todo ello llevó a enunciar y reflexionar entre pares la práctica de vivir y sentir el rock, al tiempo que generó un ambiente que permitió a los participantes mirar hacia atrás y hacia adelante todo lo que nos ha hecho este género en la vida contemporánea. Sin duda, estos ejemplares bibliográficos son un documento fundamental en la literatura especializada que se ha producido sobre el rock en México.

El primer ejemplar, que lleva el título *Estéticas del Rock*, está organizado en cuatro partes. La parte uno, inicia con el texto de la conferencia *Ingeniería en Comunicación Social de la experiencia estética del rock y del jazz*, de la autoría de Jesús Galindo Cáceres. La parte dos, llamada *Visiones y cosmovisiones: las estéticas de la música rock*, participan Esteban Cisneros, Francisco Garcilita González, Jaime Miguel González Chávez y Efraín Delgado Rivera y Edgar Josué García López. En la parte tres, *Manual de instrucciones para encontrarle sentido a la realidad*, con textos de Eduardo Barrera Herrera, Héctor Gómez Vargas, Sergio Miranda Bonilla y Raúl Santos Morales. En el último apartado, denominado *El diseño de la experiencia*, colaboran Ignacio Gómez García, Rafael Ortiz Aguirre, Rodolfo Hurtado Álvarez y Luis Eduardo Delgado Aguiñaga.

En este volumen, el coordinador editorial convocó a pensar la música rock y sus implicaciones culturales en la vida de cada uno de los participantes, así como a asumir el rock como un producto fundamental de este tiempo histórico, sobre todo en la segunda mitad del siglo pasado. Desde esa premisa, los autores exponen cómo este fenómeno se fue haciendo parte de la vida individual y colectiva, hasta generar una manera de ver y comprender el entorno trastocando el espacio, la percepción íntima y la construcción de sentido con los otros. El rock como "experiencia individual y colectiva", por lo tanto, permite que los autores enuncien cómo éste fenómeno había sido más que un simple "objeto de consumo", y se convirtió más en un dispositivo configurador del sentido de la vida.

En *Estéticas del Rock II. Los Siglos del Rock*, el libro que queda en medio de los tres, tiene como finalidad recuperar las reflexiones que habían detonado el primer Seminario de Estéticas del Rock. En este volumen el análisis y la reflexión llevan un tono historiográfico, esto es, importa la Historia, pero desde el punto de vista de los que hacen la Historia. Héctor Gómez Vargas, en su calidad de

coordinador, convoca a revisitar lo que ha pasado en torno a la vida contemporánea y en particular en el siglo XX, no sólo mirando y pensado un pasado, sino recuperando la experiencia del actor social y lo que éste ha hecho con el rock como experiencia estética y sociocultural. El número dos de la trilogía sigue el diseño del seminario, dividido en dos partes. La primera parte, *Los Siglos del Rock*, inicia con el texto de la conferencia magistral de Romina Pons Robert; le sigue el apartado *Diálogo inicial, Los siglos del rock: El siglo XX*, un panel que derivó en los textos de Julia Emilia Palacios Franco, Jesús Galindo Cáceres y Héctor Gómez Vargas. La segunda parte, *Las estéticas del rock*, se divide en cuatro apartados: Primera mesa, denominada *La razón sensible. Visiones y Cosmovisiones: Las estéticas de la música rock*, con la participación de Edgar Josué García López, Sergio Miranda Bonilla y José Alberto Salvador "Beto Cronopio"; la Segunda mesa de trabajo, llamada *Artes de hacer-juntos: el diseño de la experiencia*, se compone de los textos de Isis Fátima Mendoza González, Francisco Garcilita Durán; en la Tercera mesa, *Fundación de lo cotidiano: manual de instrucciones para encontrarle sentido a la realidad*, participan Emilio Garza Rodríguez y Arturo Gutiérrez Ceballos; y en la cuarta y última Mesa de trabajo, *La poética de todos los días* se ubican textos de Esteban Cisneros González, Rafael Ortiz y Daniela Aguilar Pérez. *Estéticas del Rock II. Los siglos del rock* es, en sí, una lectura al pasado cargado con los elementos descriptivos que configuraron la historia social desde las acciones y vivencias con el rock de cada actor. Así los autores intentan responder a la pregunta ¿qué hemos hecho con el rock?

Estéticas del Rock III. Después de las Culturas del Rock es el tercer y último número de proyecto editorial. En el primer texto de este tercer volumen, *Ojalá estuvieras aquí: Después de las culturas históricas del rock*, Héctor Gómez Vargas plantea no sólo los derroteros del seminario y sus productos, sino convoca a una reflexión de síntesis para recuperar y dejar constancia del nivel de análisis y meditación que se había logrado con el espacio del seminario bajo la premisa "después", condición de tiempo que lleva a pensar en la era post-rock en la transición del siglo XX al XXI. *Estéticas del Rock III. Después de las Culturas del Rock* está organizado en cinco partes. La primera parte, *Después de los Estudios Culturales de la Música de Rock*, se compone de textos presentados en el panel del SER III. Escriben Edgar Josué García López, Luis Jesús Galindo Cáceres, José Alberto Rodríguez Salvador, Viviana Cavazos y Cristian Enrique Arrona Borja. En el siguiente apartado, *Después de la Música de Rock I*, colaboran Alejandro Cisneros Velázquez, Sergio Miranda Bonilla y Olivia Domínguez Prieto. En la sección *Después de la Comunicación Masiva I* escriben José Antonio Castro Murillo, Emilio Garza Rodríguez y Jesús Nieto Rueda. En la sección *Después de la Comunicación Masiva II* se encuentran los textos de Ignacio Gómez García, Juan Soto Ramírez y Arturo Gutiérrez Ceballos. Finalmente, en el apartado *Después de la Música de rock II*, se presentan textos de Luis Eduardo Delgado Aguiñaga, Raúl Esteban Cisneros González y Daniela Aguilar López. En este número hay un elemento central que permea todos los textos, que es pasar de pensar al rock

como canon estético musical, que en su momento fue disruptivo, para revisar lo nuevo y emergente denominado culturas post-rock. El libro describe casos en el cual el rock es antecedente socio-histórico y cultural pero a su vez es escenario de nuevas prácticas. Otro tema esencial es el de la cultura masiva, acontecimiento sociocultural propio del Siglo XX que, sin duda tiene estrecha relación con el género y que es, quizás, un hecho socio-histórico sin el cual no es posible comprender el siglo XXI. Las meditaciones sobre el rock y la cultura contemporánea que vierten los autores, por lo tanto, nos llevan a un espacio socio-histórico liminal, un antes y un después, que significa que el rock en nuestros tiempos no sólo pasó de la producción y consumo de una manifestación musical, sino que se convirtió para configurar una dimensión cultural de nuestra sociedad contemporánea.

Considero que esta obra (los tres volúmenes de ER) es una importante aportación a los estudios culturales en México y a los estudios sobre rock, dado que el abordaje –con diversos tonos y estilos de escritura, todos legibles— es amplio y profundo, descriptivo y reflexivo, crítico y propositivo sobre las implicaciones y sentidos de este género en la sociedad. Cabe decir que ER representa un momento importante en la obra y la trayectoria académica del autor y coordinador, Héctor Gómez Vargas, en tanto que, con esta empresa intelectual, Gómez Vargas logra crear un grupo de estudio y análisis que se espera sea fecundo en el campo de las ciencias sociales y en los estudios de la cultura por lo que ha significado el rock para la vida sociocultural en el mundo.

127



“Reseña: Gómez Vargas, H. (2016; 2017; 2018). *Estéticas del Rock, I, II y III*. México: Universidad Iberoamericana León; Instituto Cultural de León; Universidad del Centro de México; Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)” por Gerardo León Barrios, está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Normas de publicación

Revista SOMEPSO

PARA ARTÍCULOS

- Deberán contar con un mínimo de 15 cuartillas y no exceder de 35 (incluyendo las referencias bibliográficas), estar en Word usando Times New Roman (11 pts.), y con un interlineado 'sencillo'.
- Deberán ajustarse al siguiente orden:
 1. Título del trabajo, nombre o nombres de los autores en el orden en que deberán figurar en la publicación (apellidos paterno, materno y nombre, filiación institucional —en el caso de que la haya—, correo electrónico y un breve síntesis curricular académica de 50 palabras aproximadamente).
 2. El número máximo de autores por artículo será de tres.
 3. Título y resumen en español y en inglés con una extensión aproximada de 150 palabras.
 4. Cinco palabras clave, en inglés y español, que no se repitan con las del título.
 5. Las referencias han de seguir, en lo fundamental, las normas de la APA (Manual de Publicación de la Asociación Americana de Psicología, 6ª edición). Una guía rápida [AQUÍ](#) y un generador automatizado de citas [AQUÍ](#).
 6. Las notas (que no sean referencias bibliográficas), deberán ir numeradas y presentadas a pie de página.
 7. Los gráficos, imágenes y figuras deben realizarse con la calidad suficiente para su reproducción digital y deben adjuntarse los archivos gráficos originales en fichero aparte (en formato JPEG).
 8. Todas las direcciones URL en el texto (por ej., [Social Research Update](#)) deberán estar activadas.

PARA DISERTACIONES

- La extensión de las disertaciones es libre y deberán estar en Word usando Times New Roman (11 pts.), y con un interlineado 'sencillo'.
- Deberán contener el siguiente orden:
 1. Título del trabajo, nombre o nombres de los autores en el orden en que deberán figurar en la publicación (apellidos paterno, materno y nombre, filiación institucional —en el caso de que la haya—, correo electrónico y un breve síntesis curricular académica de 50 palabras aproximadamente).
 2. Título y resumen en español y en inglés con una extensión aproximada de 150 palabras.
 3. Las referencias han de seguir, en lo fundamental, las normas de la APA (Manual de Publicación de la Asociación Americana de Psicología, 6ª edición). Una guía rápida [AQUÍ](#) y un generador automatizado de citas [AQUÍ](#).
 4. Las notas (que no sean referencias bibliográficas), deberán ir numeradas y presentadas a pie de página.
 5. Los gráficos, imágenes y figuras deben realizarse con la calidad suficiente para su reproducción digital y deben adjuntarse los archivos gráficos originales en fichero aparte (en formato JPEG).
 6. Todas las direcciones URL en el texto (por ej., [Social Research Update](#)) deberán estar activadas.

129

PARA RESEÑAS

Las reseñas deben contener dos tipos de información

- **Información sobre el material reseñado**
 1. Título en español e inglés (del libro, tesis, material audiovisual o aplicación informática publicados, en papel o en la web).
 2. Nombre o nombres de los autores del material en el orden en que deberán figurar en la publicación (apellidos paterno, materno y nombre(s); y filiación institucional, en el caso de que la haya).

3. Datos bibliográficos cuando sea el caso (Ciudad: Editorial, año publicación. Páginas totales. ISBN.)
4. URL del material reseñado (si tiene).

- **Información sobre el autor o autores de la reseña**

1. Nombre o nombres de los autores del material en el orden en que deberán figurar en la publicación (apellidos paterno, materno y nombre(s); y filiación institucional, en el caso de que la haya; correo electrónico; y una breve síntesis curricular académica de 50 palabras aproximadamente).
- Se recomienda que las reseñas cuenten con un mínimo de 3 cuartillas y no excedan de 6 (incluyendo las referencias bibliográficas, si tienen), estar en Word usando Times New Roman (11 pts.), y con un interlineado 'sencillo'.
 - Las referencias han de seguir, en lo fundamental, las normas de la APA (Manual de Publicación de la Asociación Americana de Psicología, 6ª edición). Una guía rápida [AQUÍ](#) y un generador automatizado de citas [AQUÍ](#).

Lista de comprobación para la preparación de envíos de material

- El material no ha sido publicado previamente ni está bajo consideración de ninguna otra revista, o se ha presentado una explicación en comentarios al editor.
- El archivo enviado está en Microsoft Word, RTF o es un documento WordPerfect.
- Todas las direcciones URL en el texto (por ej., [Society for the Study of Symbolic Interaction](#)) están activadas.
- El texto con espaciado simple; con fuente en 12 puntos; usa *italicas*, en lugar de subrayado (excepto con direcciones URL); imágenes y tablas están dentro del texto en lugar de al final.
- El texto no tiene los nombres del autor(es). Si se cita a un autor, en la bibliografía y las notas al pie se indica "Autor" y año, en vez del nombre del autor, título del artículo, etc. El nombre del autor se ha eliminado también de las propiedades del documento, que se puede encontrar en el menú Archivo en Microsoft Word.
- Las imágenes, en el caso de que las haya, deberán adjuntarse como archivos adicionales en formato jpg.

Derechos de Autor

Los autores retienen los derechos de autor de los artículos publicados en esta revista, con los derechos de primera publicación para la Revista. Debido a que aparecen en esta

publicación de acceso abierto, los artículos son de uso público en educación y otros espacios no-comerciales, en la medida en que se reconozca la fuente.

Protección de Datos Personales

Los nombres y direcciones de correo electrónico suministrados a esta revista serán usados exclusivamente para los propósitos explícitamente indicados y no se usarán para ningún otro propósito ni se darán a conocer a ninguna otra persona.



Los materiales deberán ser enviados a: [Este Correo](#)



La Revista Somepso está registrada bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#)