

CUADRO 5
MUNDIALIZACION
TRANSICIONES

De	A
Tiempo lineal, estático, general	Tiempo aceleración, instantáneo
Territorio:	Desterritorialización:
Exigencias nacionales	Exigencias mundiales
Lazos particulares	Lazos empresariales
Centro	Policentrismo (red de comunicación)
Purismo	Hibridación
Multinacionales	Trasnacionales
Rígido	Flexible
Imperialismo, colonización	Ruptura de fronteras
Discurso (meta)	Polidiscursos
Sociedad de producción	Sociedad de consumo
Cultura popular	Cultura internacional popular
Identidad y memorias nacionales	Identidad y memorias internacionales

Al pasar de un tiempo lineal y estático al tiempo de lo instantáneo y de la aceleración, uno de los efectos será el cambio de nuestra percepción del mundo y de la vida social (Virilio 1997), lo cual traerá nuevas y emergentes maneras de organización social, a nivel de un sistema mundial. Es entonces cuando la cultura también se mundializa. Dos procesos nos interesa resaltar: la desterritorialización a través de la conformación de una sociedad de consumo que se conforman como los espacios de interacción y de expresión de nuevas identidades, sensibilidades y maneras de ser y actuar; pero también, la formación de una cultura internacional-popular (Ortiz Idem.) que fomenta y fermenta los símbolos de nuevas identidades (Lull 2000).

El mundo de lo visual, y el cine, tendrá un papel importante en tales procesos.

Hasta el fin del mundo.

Alrededor de tales transformaciones está la presencia de la industria audiovisual, la cual ha modificado de manera sustancial las maneras de producir, difundir y consumir conglomerados enteros de universos visuales.

La fascinación por el cine que se dio desde sus inicios, asume nuevos elementos y formas de operar con lo cual adquiere nuevos sentidos y formas de hacer y de ser.

No es raro que el pensador francés Jacques Attali en su libro, **Diccionario del siglo XXI**, considere que el cine continuará siendo la principal forma de diversión de las sociedades en función del desarrollo económico, las transformaciones culturales y las nuevas formas de nomadismo urbano que se están dando y se contemplan en el futuro (Attali 1999).

El cine, junto con la radio, tuvo un importante papel desde sus inicios al cubrir con una serie de mediaciones culturales de acuerdo al desarrollo histórico y social de nuestras sociedades hasta mediados del siglo XX, y que, conforme se fue haciendo más compleja la vida social en las ciudades, fue sustituido por la televisión (Martín Barbero 1987; Monsiváis).

Con la sociedad global, las cosas han venido cambiando.

De entrada, el mismo concepto de cultura comienza a recibir serios cuestionamientos. Ante la diversidad como los Estudios Culturales han enfocado sus estudios (Zalpa 1999), los fenómenos de la globalización invitan a encarar nuevos enfoques no contemplados sino de manera muy parcial (García Canclini 1999).

Recientemente el investigador norteamericano James Lull ha acuñado el término Supercultura al señalar que la cultura se ha estado convirtiendo “en una empresa individualista y altamente discursiva” (Lull 2000^a), a partir del desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación sustentadas en una economía global, la cual está modificando la experiencia humana a partir de “nuevas comunidades culturales”. Expresa Lull al respecto:

La supercultura es la matriz cultural que los individuos crean para sí mismos en un mundo donde el acceso a recursos culturales “distantes” se ha expandido de manera considerable. Al mismo tiempo, sin embargo, la supercultura contiene recursos culturales tradicionales o “cercaños” también —los valores y las prácticas sociales que caracterizan a las culturas “locales” durante su reproducción y aprendizaje individual y en grupo. La esencia de la supercultura reside en las facetas dinámicas que ligan y median entre las esferas culturales existentes. La gente hoy día fusiona lo cercano con lo lejano de manera regular, lo tradicional con lo nuevo y lo relativamente no mediado con lo multimediado, para crear material expansivo y mundos discursivos que transforman

radicalmente las experiencias de la vida y reconfiguran el significado del espacio cultural (Lull 2000^o).

En la conformación de esa nueva experiencia cultural es donde el cine tiene un papel importante, ya que es uno de los elementos y de las interfases del universo audiovisual y simbólico propio del mundo globalizado.

Con la conformación de una industria audiovisual interconectada y en red, su oferta visual se disemina en un mercado tecnológico, económico y cultural a partir de una estrategia de **multimedios** (García Canclini 1995^a) pautados por la dinámica de la **sinergia**, es decir aquel proceso de “usos múltiples de un mismo producto, o utilización de los mismos factores de producción para realizar bienes diferentes” (Ford 1999). No es solo que los universos simbólicos que atraviesan las industrias cinematográficas se mezclan y cobran vida en otros productos comerciales (libros, ropa, comida, turismo, etcétera), y en otros medios y tecnologías audiovisuales (televisión, video, videojuegos, música, radio, etcétera), activando a una economía más amplia y masiva, sino que, con diferentes formatos y géneros, el cine contemporáneo colabora en la construcción de una estética de lo global, al ir conformando una estrategia de consumo globalizada, y abordando tramas que preocupan a lo que se llama Agenda Global, como las que abordan las transformaciones de los sujetos en su vida social (Ford 1999).

No sólo cobra importancia por la presencia como una de las ofertas de los multimedios, sino también como una de las fases y circuitos de los multitextos. Como el mismo James Lull menciona, la supercultura tiene relación con la noción de supertexto, es decir, la presencia de productos simbólicos híbridos (Lull 2000 y 2000^b). La aparición del cine implicó la síntesis de dos formas textuales (audiovisual y textual) previos como medios para la conformación de lo que se llamó lenguaje cinematográfico (Lotman 1998), con lo cual se manifestó su fuerte capacidad de

hibridación. A lo largo de la historia del cine, y de otras manifestaciones artísticas, la influencia de un género, de una historia o de una cultura en algún producto cinematográfico ha sido una constante y ha sido parte de lo que se denomina la estructura profunda del texto. Pero en la actualidad, realiza otro tipo de síntesis textuales profundas que propician la lectura hipertextual de universos simbólicos varios que se difunden, en paralelo y simultáneamente, por diversos medios de la industria audiovisual global. Es importante la observación de Douglas Rushkoff (1999) de la presencia de películas como *Pulp Fiction* que propicia una lectura circular e hipertextual de la trama, como algunos directores en otros tiempos llegaron a producir, pero que ahora se instaure como una narrativa y lectura más cercana a los desarrollos y transformaciones de la vida social (ya señalados anteriormente con las observaciones de Renato Ortiz), propiciando una estética narrativa más cercana al videoclip (García Canclini 1995^a), a la navegación virtual o a la exploración de mundos y temporalidades propias de los video juegos como el Nintendo (Fuller y Jenkins 1994). Por ejemplo, ver la película de **Los Expedientes Secretos X**, cobra más sentido conforme se accede a otros productos de la industria audiovisual como las revistas, las series de televisión (y sus diversas temporadas a lo largo de los años), las entrevistas inéditas que circulan en los videos, la información subida a la web, la información incluida en los discos compactos, los libros, etcétera. Algo similar sucede cuando un niño quiere jugar mejor al Pokémon.

Una serie de películas nuevas llevan esa impronta, apoyados por el **poder simbólico** (Lull 1997) que casi desde sus inicios portan los miembros, siempre en renovación, del star system, que no sólo propician una estética, una gramática y una identidad necesaria para la industria internacional popular, sino en las percepciones del mundo y en el cuestionamiento radical de qué es la realidad misma.

Así como el cine fue en otros momentos una escuela sentimental y una guía para actuar en el mundo urbano en constitución de principios de

siglo, un surtidor de imágenes nacionales e internacionales (Hollywood como matriz), el cine en la actualidad se convierte nuevamente en una escuela sentimental y cultural para estar al día de las transformaciones culturales, las nuevas formas de percepción, y las nuevas experiencias culturales (Hollywood como matrix).

Todas las mañanas (**¿matrix?**) del mundo.

*Cada mañana, abrimos los ojos a un mundo que hemos pasado toda una vida **aprendiendo** a ver. El mundo no se nos da: construimos nuestro mundo a través de una incesante experiencia, categorización, memoria, reconexión.*

*Oliver sacks,
Un antropólogo en marte.*

Al reflexionar sobre la llegada de la tecnología y los mundos virtuales, el investigador Alejandro Piscitelli, comenta:

El ojo de una época es la mente de una época: ¡Dime cómo ves y te diré qué piensas! Los cambios perceptivos se ven multiplicados por el condicionamiento al que nos somete nuestro horizonte tecnológico, y por la metamorfosis de los medios de representación que conforma nuestra historia perceptiva (Piscitelli 1995).

La mirada se convierte en un tema de particular interés: en ella se concentran los mundos perceptivos, cognitivos y emotivos a partir de

los cuales se conforma un tipo de realidad social y los sujetos la habitan de alguna manera.

La mirada ha sido desde los inicios de los tiempos un aparato cognitivo y una mediación con las realidades múltiples de las distintas sociedades humanas. En el proyecto actual de la conformación de una sociedad de comunicación (Luhmann 1998), el desarrollo de distintos medios de comunicación (Luhmann 1993) ha traído consigo una transformación cultural, una reorganización en la vida social, una metamorfosis cognitiva que en palabras de Piscitelli se da por el cambio de la mirada (Op. Cit.).

La mirada puede ser vista de tres maneras, interrelacionadas entre si.

En primer lugar, es un instrumento cognitivo para aprender y actuar en el mundo. En este punto, son interesantes los últimos aportes de las ciencias cognitivas quienes expresan que el acto de conocimiento es de tipo ontológico, es decir, una relación donde el conocedor y lo conocido se implican mutuamente y que tiene dos grandes implicaciones: el mundo está pre definido antes de toda actividad cognitiva y que ese mundo pre definido implica la existencia de representaciones mentales a partir de las cuales se actúa (Varela 1990 y 1992). Uno de los instrumentos que emplea el acto cognitivo para pre definir el mundo es la mirada, a partir de las cuales se asimila las representaciones mentales a partir de las cuales se actuará en consecuencia. Gran parte de lo que vemos a cada momento, ya está previamente visto y solo confirmamos a partir de matrices cognitivas.

En segundo lugar, la mirada es la impronta del mega ordenador cognitivo: la cultura. Desde la semiótica de la cultura, Umberto Eco ha expuesto la manera como nos enfrentamos ante algo desconocido y habla de procesos de abducción fragmentada con la cual se otorga uno o varios sentidos al objeto desconocido a partir de la enciclopedia, o del disco duro, de imágenes que se han asimilado y que conforman el **capital**

cognitivo de la época (Morin 1988). Es por ello que nuestra mirada es una **mirada cultural** (Eco 1999) a partir de la cual ofrece trayectorias de sentido (Verón 1987), y una **mirada moral** (Bourdieu 1995), donde se sintetiza el capital social que todo **habitus** desarrolla y a partir del cual se re elabora. En ese sentido, la mirada está pre definida a partir del contexto social, cultural e histórico en la cual se desenvuelve.

En tercer lugar, la mirada es un instrumento de poder, pues en el acto de mirar se otorga y se privilegian determinados sentidos, a partir de los cuales quien mira se relaciona y conoce de determinada manera al mundo (Gruzinski 1994).

Así, el desarrollo histórico de diferentes tecnologías de transmisión de lo visual hasta la conformación de la **videósfera** actual (González 1999), habla no sólo del desarrollo de una tecnología de producir y transportar imágenes, sino de hacer cambios en la mirada y que implican distintas formas de percepción y experiencias culturales varias, conviviendo, interactuando y en constante tensión.

Además de los instrumentos tecnológicos que han propiciado el cambio de mirada (Piscitelli Op. Cit.), habría que añadir la matriz (¿matrix?) que surge de imágenes, productos simbólicos y los sentidos que se materializan en la vida social. El filósofo francés, Régis Debray, ha propuesto tres estadios de la mirada. Expresa Debray:

La evolución conjunta de las técnicas y las creencias nos van a conducir a señalar tres momentos de la historia de lo visible: la mirada mágica, la mirada estética y, por último, la mirada económica. La primera suscitó el ídolo; la segunda el arte; la tercera lo visual. Más que visiones, ahí hay organizaciones del mundo (Debray 1994).

De esta manera, abordar la manera como mira una sociedad, es mirar la matriz cultural que la conformó y le otorga sentidos, y la manera como

una tecnología de difusión de imágenes, como el cine, permite una nueva experiencia cultural y re organiza a la anterior experiencia cultural. En una sociedad como la nuestra, con procesos y matrices culturales propios y particulares, es importante preguntarnos sobre las implicaciones que en diferentes momentos han tenido la presencia y desarrollo de diferentes medios de comunicación que han permitido el cambio de mirada o la convivencia de distintas miradas históricas (Martín Barbero 1999).

Así como en el primer estadio suscitó el ídolo, también suscitó fieles, en el segundo espectadores, en el tercero públicos culturales (González 1994). La presencia de un medio o técnica de comunicación que tiene la fuerza de provocar cambios en la percepción, y por tanto en la experiencia cultural a partir de conformar públicos culturales especializados, implica no perder de vista en sus ámbitos sensoriales como **materia de cultivo** (Piscitelli 1998), es decir, la posibilidad o imposibilidad de conectar e interactuar con determinado medio o tecnología, géneros, narrativas, formatos y contextos culturales más amplios.

IV. Avanzar por el mundo. **Tan lejos, tan cerca.**

Ante todo lo anterior, podemos decir que mi trabajo de investigación, y actualmente en desarrollo, pretende estudiar la manera como la cultura leonesa ha configurado procesos de socialización y de representaciones simbólicas en algunos de sus habitantes a partir de la manera como han mirado el cine. Hay dos preguntas básicas que actúan como telón de fondo y como principio organizador: ¿Qué es la ciudad de León? y ¿Cómo se ha configurado la cultura en la ciudad de León? Otras dos preguntas son las guías para avanzar a resolver las dos anteriores: ¿cómo han mirado los leoneses el cine? ¿cómo miran el cine los leoneses en la actualidad?

Para poder hacer observable algunas de las dinámicas y elementos estructurales y simbólicos de la cultura leonesa, la investigación se centra en la manera como las mujeres leonesas, de clase media y de un rango de edad que va de 40 a 59 años, han vivido su experiencia con el cine en León.

La elección de las mujeres se debe a que ellas han sido un balcón idóneo para observar lo social, pues se ha tomado como uno de los telones de fondo (Ibáñez 1997) donde el proceso de socialización se hace cuerpo y símbolo, representación y sentido, norma y mapas cognitivos (Llamas 1995; Scott 1992), a partir de la configuración particular, social e históricamente contextualizadas (Thompson 1998).

La presencia del cine en nuestras sociedades ha implicado, por una parte, el que se ha integrado a las dinámicas locales y, por otro lado, el haber agregado nuevas lógicas, prácticas y representaciones. En la experiencia de ir y ver cine están diferentes dinámicas y lógicas culturales: la que propone la oferta cinematográfica, la que impone la vida social de la localidad y las apropiaciones que hacen los sujetos sociales.

De esta manera, una de las preguntas centrales es la que busca responder: ¿cómo han mirado el cine las mujeres leonesas? Se busca generar una visión subjetiva, a través de la memoria y la reflexividad de las mujeres que han vivido su historia personal y dentro de ella una experiencia biográfica sobre la historia del cine.

Algunas de las reflexiones teóricas de las que partimos y que nos ayudan como guías para la acción metodológica y el análisis, son:

1. Observar la presencia, desarrollo y funcionamiento del cine en León, es observar algunas de las dinámicas culturales que se han vivido y se viven en la ciudad.

2. Se parte de la cultura como plataforma de análisis, como la dimensión simbólica que gravita y circula en una sociedad concreta.

3. El cine será una “experiencia cultural” (Mata 1994), que se ha dado dentro de un espacio social, históricamente conformado, que se incorpora a otras dinámicas de “circulación del sentido” de la vida social de un grupo. Esto nos remite a algunas nociones teóricas importantes:

a. Oferta cultural. El cine es la producción de un bien simbólico especializado que se ubica en un espacio social, y en un tiempo, y que trabaja como una institución.

b. Equipamiento cultural. La presencia en el ambiente urbano de una construcción física por parte de una institución que tiene como finalidad producir, preservar y difundir sistemas de interpretación, representación y nominación de los sentidos de la vida.

c. Públicos culturales. El equipamiento cultural de ofertas culturales que trabajan de determinada manera en una localidad ponen los marcos posibles y reales para la elección y realización de toda “experiencia cultural” de los distintos grupos sociales. Un público cultural sería el “conjunto de agentes sociales que poseen disposiciones (inculcadas o adquiridas) que los hacen capaces de evaluar, apreciar y valorar los discursos y objetos de una oferta cultural específica en un momento histórico dado” (González 1994).

d. Mirada femenina. La teoría feminista del film ha venido trabajando sobre el objeto de estudio de la mirada femenina, es decir, la manera como las mujeres perciben, se identifican y se apropian de los mensajes cinematográficos (Kaplan 1998). La mirada femenina implica que hay una diferenciación significativa en la manera como se da el proceso de percepción y experiencia con el cine de parte de las mujeres con respecto a los hombres (Iglesias 1994), así como en la manera como son

incorporados y asimilados a su vida cotidiana y a su identidad como mujer y ser social (Mayne 1988). La mirada femenina es conformada y cobra sentido, densidad y espesor, debido a la matriz social, histórica y cultural más amplia que ha conformado el contexto socio histórico desde donde se ha insertado como ser social (Traube 1992). Es por ello que consideramos que explorar la manera como se conformó la mirada femenina es ver la impronta que la configuró (Eco 1999; Morin 1992), es decir la cultura leonesa.

La investigación global pretende atender varias lagunas de información que se han tomado como preguntas pertinentes por responder y generar conocimiento sobre las mismas. Es por ello que se busca obtener los siguientes resultados:

Primero. Se detecta una significativa carencia de información, a nivel internacional, nacional y regional, que pueda dar cuenta de la manera como los sujetos sociales generaron sus subjetividades a través de la apropiación de los universos simbólicos que ha difundido uno de los principales surtidores de identidades y representaciones colectivas del siglo XX: el cine. De esta manera, se pretende obtener información descriptiva y exploratoria de la presencia del cine en una ciudad del país, León, así como del impacto e importancia en la vida social y subjetiva de algunos actores sociales, en este caso las mujeres.

Segundo. Cercano al anterior, se pretende encontrar rutas (teóricas, conceptuales, metodológicas) y elementos para entrar a la discusión académica, sobre lo que algunas comunidades académicas han considerado como agendas pertinentes y urgentes: las transformaciones culturales a partir de procesos de globalización y de mediación simbólica de las tecnologías de difusión e información; los procesos de recepción y configuración de audiencias o públicos culturales; la emergencia de nuevos actores sociales, de formas de ser, relacionarse e identificarse a partir de las transformaciones culturales, del entorno urbano, y de las

nuevas y complejas dinámicas sociales.

Tercero. Otra laguna de información que se detecta se refiere a los procesos históricos y culturales sobre la ciudad de León, principalmente en lo que se refiere al siglo XX. Con ello se pretende crear un marco analítico y descriptivo sobre algunos de los procesos históricos y de las configuraciones y dinámicas culturales en esta ciudad.

Cuarto. Cercano a lo anterior, se detecta una casi total ausencia de información sobre uno de los actores sociales que abarcan más de la mitad de la población de la ciudad de León: las mujeres. Es por ello que se pretende generar un marco descriptivo de la presencia histórica de las mujeres, de sus procesos de socialización y conformación socio cultural como sujetos sociales.

Bibliografía.

Attali, Jacques (1999). **Diccionario del siglo XXI**. Barcelona, Editorial Paidós.

Borja, Jordi y Castells, Manuel (1998). **Local y global. La gestión en la era de la información**. Madrid, Editorial Taurus.

Bourdieu, Pierre (1995). **Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario**. Barcelona, Editorial Anagrama.

Burton- Carbajal, Julianne y Et. Al., (compiladores) (1998). **Horizontes del segundo siglo. Investigación y pedagogía del cine mexicano, latinoamericano y chicano**. México, Universidad de Guadalajara y El Instituto Mexicano de Cinematografía.

Debray, Régis (1994). **Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente**. Barcelona, Ed. Paidós.

De los Reyes, Aurelio (1995). "El cine", en **Reflexiones sobre el oficio del historiador**. México, UNAM.

De la Vega, Eduardo (1994). "Evolución y estado actual de la investigación sobre cine mexicano", en De la vega, E. y Sánchez R., E. (compiladores), **Bye, Bye Lumière...Investigación sobre cine en México**. Guadalajara, Universidad de Guadalajara.

De la Vega, E. y Sánchez R., E. (compiladores), **Bye, Bye Lumière...Investigación sobre cine en México**. Guadalajara, Universidad de Guadalajara.

Eco, Umberto (1999). **Kant y el ornitorrinco**. México, Ed. Lumen.

Ford, Aníbal (1999). **La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea**. Buenos Aires, editorial Norma.

Fossaert, Robert (1994). **El mundo en el siglo XXI**. Madrid, Editorial Siglo XXI.

Fuentes Navarro Raúl (1997) "Balance del estudio académico de la comunicación en México. Un repaso de los productos publicados hasta 1994", en **Revista Mexicana de Comunicación**. Fundación Manuel Buendía, No. 51.

Fuentes Navarro Raúl (1996). **La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994.** Guadalajara, ITESO y Universidad de Guadalajara.

Fuentes Navarro Raúl (1987). **La investigación de comunicación en México. Sistematización documental 1956-1986.** México, Edicom.

Fuentes Navarro y Sánchez, Enrique (1992). "Investigación sobre comunicación en México: los retos de la institucionalización", en Orozco, G. (coordinador), **La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventas.** México, Universidad Iberoamericana.

Fuller, Mary y Jenkins, Henry (1995). "Nintendo and New World Travel Writing: a Dialogue", en Jones, S. (editor), **Cybersociety.** Thousand Oaks, Sage Publications.

García Canclini, Néstor (1999). **La globalización imaginada.** Barcelona, Editorial Paidós.

García Canclini, Néstor (1995). "Los estudios culturales de los ochentas a los noventa: perspectivas antropológicas y sociológicas", en García Canclini, N. (Compilador), **Cultura y pospolítica. El debate sobre la modernidad en América Latina.** México, CNCA.

García Canclini, Néstor (1995^a). **Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización.** México, Editorial Grijalbo.

García Canclini, Néstor (coordinador) (1994). **Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México.** México, IMCINE y CNCA.

Gómez Vargas, Héctor (1998). "El campo académico de la comunicación y las reflexividades regionales", en **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas.** Universidad de Colima, Época II, Vol. IV, No. 8

González, Jorge (1999). "Convergencias paralelas. Desafíos, desamores, desatinos entre antropología y comunicación", en **Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas.** Universidad de Colima, Época II, Volumen V, No. 10.

- González, Jorge (1994). "La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México", en **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**. Universidad de Colima, Vol. VI, No. 18.
- Gruzinski, Sergue (1994). **La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a Blade Runner (1492-2019)**. México, Fondo de Cultura Económica.
- Henderson, Hazel (1995). "Una guía para montar en el tigre del cambio", en Thompson, W. (editor), Gaía. **Implicaciones de la nueva biología**. Barcelona, editorial Kairós.
- Hobsbawm, Eric (1998). **La era del capital, 1848-1875**. Barcelona, Editorial Crítica.
- Hobsbawm, Eric (1998^a). **La era del imperio, 1875-1914**. Buenos Aires, Editorial Crítica.
- Ianni, Octavio (1998). **La sociedad global**. México, editorial Siglo XXI.
- Ibáñez, Jesús (1997). **Por una sociología de la vida cotidiana**. Madrid, Ed. Siglo XXI.
- Iglesias, Norma (1994). "El placer de la mirada femenina. Género y recepción cinematográfica", en **Frontera Norte**. El Colegio de la Frontera Norte, No. 12
- Kaplan, Amm (1998). **Las mujeres y el cine. A ambos lados de la cámara**. Barcelona, Ed. Cátedra.
- Llamas, Martha (1995). "Usos, dificultades y posibilidades de la categoría de género", en **La ventana**. Universidad de Guadalajara, No. 1.
- Lotman, Iuri (1998). **La semiósfera II**. Madrid, Editorial Cátedra.
- Luhmann, Niklas (1998). **Teoría de los sistemas sociales**. México, Universidad Iberoamericana.
- Luhmann, Niklas (1993). **Teoría de la sociedad**. México, Universidad Iberoamericana, ITESO, Universidad de Guadalajara.
- Lull, James (2000). **Media, communication, culture**. Polity Press, 2^a edition.
- Lull, James (2000^a). "La supercultura en la era de la comunicación". Ponencia presentada en el BINACOM 2000, San Diego California, abril.
- Lull, James (1997). **Medios, comunicación, cultura**. Buenos Aires,

Editorial Amorrurtu.

Martín Barbero, Jesús (1999). **Los ejercicios de ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva.** Barcelona, editorial Gedisa.

Martín Barbero, Jesús (1997). "Comunicación fin de siglo. ¿Para dónde va nuestra investigación?", en **Telos.** Fundesco, No. 47

Martín Barbero, Jesús (1987). **De los medios a las mediaciones.** México, Ed. Gustavo Gili.

Mata, Ma. Cristina (1994). "Públicos, identidad y cultura. Aproximaciones culturales", en **Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas.** Universidad de Colima, No. 16 y 17.

Mayne, Judith (1988), "The female Audience and the Feminist Critic", en Tood, Janet (edited), **Women and Film.** New York, Holmes and Meier.

MIQUEL, ÁNGEL (1998). "RESEÑA BIBLIOGRÁFICA DE LA HISTORIA RECIENTE DEL CINE EN MÉXICO", EN BURTON- CARBAJAL, JULIANNE Y ET. AL., (COMPILADORES) (1998). HORIZONTES DEL SEGUNDO SIGLO. INVESTIGACIÓN Y PEDAGOGÍA DEL CINE MEXICANO, LATINOAMERICANO Y CHICANO. MÉXICO, UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA Y EL INSTITUTO MEXICANO DE CINEMATOGRAFÍA.

Monsiváis, Carlos y Bonfil (1994). **A través del espejo. El cine mexicano y su público.** México, Ediciones El Milagro.

Morin, Edgar (1992) **El método. Las ideas.** Madrid, Ed. Cátedra.

Orozco, Guillermo (1997). **La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios.** La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación Social.

Ortiz, Renato (1994). "La mundialización de la cultura", en Varios, **De lo local a lo global. Perspectivas desde la antropología.** México, Universidad Xochimilco.

Piscitelli, Alejandro (1998). **Post/televisión. Ecología de los medios en la era de internet.** Barcelona, Editorial Paidós.

Piscitelli, Alejandro (1995). **Ciberculturas en la era de las máquinas inteligentes.** Buenos Aires, Ed. Paidós.

Ruskoff, Douglas (1999). **Playing the future. What we can learn**

from digital kids? New York, Riverhead Books.

Sánchez R., Enrique (1997). "Algunos retos para la investigación mexicana de comunicación", en **Comunicación y Sociedad**. Universidad de Guadalajara, No. 30.

Sánchez R., Enrique (1997*). "¿Se norteamericaniza el cine en México?", en **Revista Mexicana de Comunicación**. Fundación Manuel Buendía, No. 51.

Scott, Joan (1992). "El problema de la invisibilidad", en Ramos, Carmen (compiladora), **Historia y género**. México, Instituto Mora.

Thompson, John (1995). **The media and modernity. A social theory of the media**. Standford, Standford University Press.

Traube, Elizabeth (1992). **Dreaming Identities. Class, gender, and generation in 1980s Hollywood Movies**. United States, Westview Press.

Varela, Francisco (1992). **De cuerpo presente. Las ciencias cognitivas y la experiencia humana**. Barcelona, Editorial Gedisa.

Varela, Francisco (1990). **Conocer**. Barcelona, Editorial Gedisa.

Verón, Eliseo (1987), **La semiósis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad**. Barcelona, Editorial Gedisa.

Virilio, Paul (1997). **La velocidad de liberación**. Buenos Aires, Ed. Manantial

Wallerstein, Inmanuel (1998). **Impensar las ciencias sociales**. México, Editorial Siglo XXI.

Zalpa, Genaro (1999). "Cultural Studies: ¿un campo para todos os gustos?", en **Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas**. Universidad de Colima, Epoca II, Volumen V, No. 10.