

00265



ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

LAS IMÁGENES VISUALES Y SU RELACIÓN CON LA IDENTIDAD CULTURAL

Tesis que para obtener el grado de **MAESTRO EN ARTES VISUALES** con

orientación en **Comunicación y Diseño Gráfico** presenta el alumno

Rodolfo García Ochoa

Director

Mtra. Elia del Carmen Morales González

Junio 2005

m 347102



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A Sol

por su amor

A mis padres Blanca y Rodolfo

por su vida

A Ricardo, Rodrigo y Alfredo

por su presencia

A Elia

por su paciencia y dedicación

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la
UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el
contenido de mi trabajo recacional.
NOMBRE: RODOLFO GARCIA
OCORDA
FECHA: 16-AUGUSTO-2005
FIRMA: [Firma]

¿cuándo somos de veras lo que somos?

Octavio Paz, *Piedra de Sol*, 1957

ÍNDICE

Introducción **5**

1. Fundamentos para la comprensión del concepto de identidad cultural **7**

1.1 Dos conceptos de cultura **8**

1.2 La cultura como fenómeno de comunicación **14**

1.3 El proceso cultural de diferenciación **16**

1.4 La identidad cultural como proceso **18**

2. Las imágenes visuales como elementos de identidad cultural **24**

2.1 Descripción del concepto de imagen visual **26**

2.2 Signos en la imagen visual **29**

2.3 La imagen visual como símbolo **32**

2.4 Los símbolos como constitutivos de la identidad cultural **35**

3. La imagen símbolo como parte de la identidad nacional **39**

3.1 Algunas posturas sobre la identidad nacional **42**

3.2 Elementos constitutivos de la identidad nacional **47**

3.3 Las imágenes símbolo y su relación con los mitos de la identidad nacional **51**

3.4 Los mitos nacionales en las imágenes visuales **55**

4. Compilación de imágenes visuales simbólicas en el Centro Histórico

de la Ciudad de México **59**

4.1 La ecología de las imágenes visuales en el Centro Histórico **60**

4.2 Documentación de un recorrido visual por el Centro Histórico **63**

4.3 Los códigos de diseño en las imágenes símbolo **85**

4.4 Imágenes símbolo en el Centro Histórico de la Ciudad de México como elementos de la
identidad cultural **90**

Conclusiones **94**

Bibliografía **96**

INTRODUCCIÓN

Las imágenes visuales determinan en gran medida la existencia del ser humano; en ella confluyen la parte natural y la parte social: sensación, percepción¹ y producción. Las imágenes son vehículos para significados que dotan de sentido la vida cultural del hombre. A través de ellas, los seres humanos nos relacionamos con el mundo natural para comprenderlo y así permitir la supervivencia de la especie; asimismo, por medio de la dotación de significados que atribuidos a las imágenes es posible encontrar rasgos que de alguna manera permitan, si no definir cabalmente, sí esbozar características de la identidad cultural de un grupo determinado.

Si ya el movimiento nacionalista en las artes del siglo XX se habían encargado de crear una imagen para el régimen establecido por la Revolución Mexicana, el problema de la identidad, definida por Gilberto Giménez como: “el punto de vista subjetivo de los actores de un grupo social acerca de su unidad y sus fronteras simbólicas”², es actual. Existe una preocupación por defender y hacer patentes nuestras diferencias a través de estos puntos de vista. Hoy, cuando parece que las fronteras se diluyen, cuando es fácil acceder a servicios y productos iguales en todo el mundo occidental (y sus áreas de influencia), renace esa preocupación: ‘no somos ellos, somos nosotros’ o para decirlo en términos de este trabajo: ‘no son sus imágenes, son

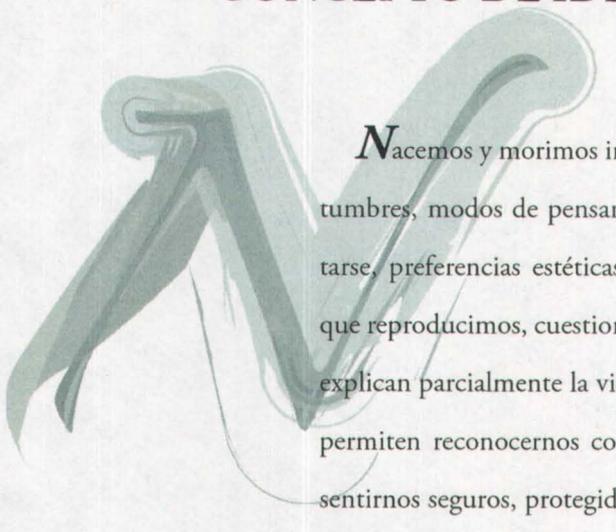
las nuestras’. Es decir, no se trata de preguntarse por el origen o la nacionalidad de las imágenes, sino la forma en que las hacemos propias, cómo se usan, su vida dentro de un entorno social determinado.

¹ Rudolf Arnheim establece esta distinción entre el fenómeno físico que implica la recepción de las ondas luminosas y la interpretación expresiva que se hace a partir de ella. Rudolf Arnheim, *Arte y percepción visual*, México, Alianza, 1979.

² Guillermo Giménez, “Cambios de identidad y cambios de profesión religiosa” en Guillermo Bonfil Batalla, *Nuevas identidades culturales en México*, México, Conaculta, 1993, p 24.

Así, el presente trabajo, realiza un recorrido que propone una interpretación acerca de los rasgos o características de las imágenes como elementos de identidad cultural; de manera que en el primer capítulo habremos de referirnos a los conceptos de cultura e identidad de donde surge la idea, clave para nosotros, de forma simbólica. Clave porque ella nos permite, en el segundo capítulo, relacionar la definición de imagen, que se vuelve símbolo, con la idea de identidad cultural. El tercer capítulo supone un breve y necesario paréntesis para tocar el tema de la identidad nacional estableciendo la diferencia con respecto a la cultural. En este capítulo se recogen las posturas que diversos intelectuales han tenido con respecto a nuestro carácter, y se describen tres mitos fundamentales para la concepción de la nacionalidad: el pasado indígena como herencia nacional, la Virgen de Guadalupe como la figura religiosa de mayor importancia, y la Revolución Mexicana como gesta heroica. La relevancia de los temas que se tratan en esta parte permite establecer un marco de referencia para el cuarto y último capítulo punto culminante del trabajo: la interpretación de las imágenes visuales del el Centro Histórico en su relación con nuestra identidad cultural, no como una postura definitiva, aunque sí pretende ser original y, en ese sentido proporcionar otros elementos que permitan entender cómo somos.

1 FUNDAMENTOS PARA LA COMPRENSIÓN DEL CONCEPTO DE IDENTIDAD CULTURAL



Nacemos y morimos inmersos en un cúmulo de experiencias pasadas, costumbres, modos de pensar, formas de actuar, prejuicios, maneras de alimentarse, preferencias estéticas que marcan nuestra vida en sociedad. Símbolos que reproducimos, cuestionamos, usamos y regeneramos. Significados que nos explican parcialmente la vida y dan sentido a nuestros actos. Procesos que nos permiten reconocernos como parte de grupos, establecer comunicaciones y sentirnos seguros, protegidos, dentro de un contexto. Es a partir de la cultura y de la identidad que nos podemos sentir parte de algo mucho más grande que nuestra propia existencia, ese algo que nos sobrepasa, pero que a la vez moldea nuestra imagen (¿es acaso nuestra imagen o es sólo un reflejo de la cultura?), que transmitimos sin ser necesariamente conscientes de ello.

Estos dos conceptos: **cultura** e **identidad**, han mantenido ocupado al pensamiento occidental durante siglos sin que por ello se haya agotado el tema, por el contrario, cada investigación o propuesta plantea nuevas preguntas y abre caminos diferentes a la interpretación. Y es que resultan de una amplitud abrumadora, abarcando prácticamente toda la vida del ser humano. Por esa razón, es necesario separar ambas cuestiones de forma que resulten más accesibles y nos permitan entender, aunque sea parcialmente la praxis humana.

Para entender la producción y consumo de imágenes visuales resulta importante referirse al entorno cultural y a los procesos de identificación como los dos grandes generadores y decodificadores de la imagen visual. No pretendemos una comprensión del fenómeno de la imagen referida sólo a los aspectos fisiológicos de la percepción, o la personalidad de los productores; existe un marco mucho más amplio de reflexión. Las imágenes se caracterizan como fenómenos significativos insertos en todos los contextos históricos y sociales, no se puede pensar en ellas aisladas de este referente en tanto que son expresión particular de un espacio y tiempo específicos. Este marco además es el ámbito en que conviven la producción y el consumo, el vínculo entre el creador y el espectador, determinados por la cultura y la identidad.

1.1 DOS CONCEPTOS DE CULTURA

La idea de cultura se refiere a un espectro muy amplio de situaciones que afectan la totalidad de la vida humana, **este problema se empezó a tratar a partir del siglo XVIII en el pensamiento ilustrado en Francia y Alemania como un esfuerzo por comprender el desarrollo intelectual y espiritual del ser humano.**

El concepto cultura, deriva de la palabra latina *culturam* que significaba primordialmente el cultivo o el cuidado de algo, como las cosechas o los animales. Este uso se conservó hasta el siglo XVI cuando se extiende a la esfera del desarrollo humano: pasó del cultivo de las cosechas al cultivo de la mente.

Pero como decíamos, el término no se independizó como sustantivo sino hasta finales del siglo XVIII y principios de XIX¹.

En la medida en que, a partir del siglo XX, surgen nuevas corrientes de pensamiento, la definición de cultura se hace más compleja, intentando una comprensión más amplia del fenómeno, así el hecho de reconocer como significativos los objetos, las acciones y las expresiones de diverso tipo incorpora la idea de forma simbólica como fundamento que explica parcialmente esa complejidad pues es posible incorporar elementos como lenguaje, arte, sentimientos, etc. bajo una misma idea, siempre que éstos tengan algún significado para el grupo donde se generan. Para el filósofo alemán Ernst Cassirer, quien introduce el concepto de forma simbólica en 1923, éstas funcionan en la medida en que el espíritu se expresa para incorporarse como algo objetivo en la vida humana, conformando una mediación, una síntesis entre el 'yo' y el 'mundo'².

Mediante la incorporación de la idea de **forma simbólica** se explica una multiplicidad de fenómenos culturales en una acepción más amplia que aquellas desarrolladas hasta el siglo XIX. Es relevante observar que en la medida en que se profundizan los estudios culturales, el papel del contexto, como referente histórico y social, cobra mayor importancia, ya que así es posible la explicación de la variedad cultural existente, no sólo con la mirada eurocentrista que privilegia para su estudio a las sociedades occidentales, sino que, mediante un modelo más maleable se aplica en diferentes tiempos y espacios.

¹ John B. Thompson, *Ideología y cultura moderna*, México, UAM, 1998, p. 186.

² Ernst Cassirer, *Filosofía de las formas simbólicas*, México, Fondo de cultura económica, 1985, p. 21.

Así, según el especialista en sociología de medios y cultura moderna de la Universidad de Cambridge, John B. Thompson, se distinguen tres definiciones o aproximaciones al concepto de cultura. En la primera, que él llama ‘**concepción descriptiva**’, la cultura de un grupo o sociedad es el “conjunto de creencias, costumbres, ideas y valores, así como los artefactos, objetos e instrumentos materiales que adquieren los individuos como miembros de ese grupo o sociedad”³. La segunda designada como ‘**concepción simbólica**’ entiende como “el patrón de significados incorporados a las formas simbólicas -entre las que se incluyen acciones, enunciados y objetos significativos de diversos tipos- en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias.”⁴. Thompson considera deficientes estas dos concepciones; en la primera ubica la dificultad que implica no tener una base cierta con respecto al análisis, clasificación y comparación científica de los fenómenos mencionados como estudio de la cultura, por ejemplo, si debería situarse en un marco evolutivo o funcional; en suma, el mayor problema que representa esta concepción radica en la vaguedad, tanto de los fenómenos como del marco teórico de referencia; en la segunda, el problema se refiere a que no se toman en cuenta los contextos sociales en los cuáles se producen, transmiten y reciben los fenómenos culturales. Para Thompson la idea más completa y teóricamente más fuerte se denomina ‘**concepción estructural**’ donde la cultura sería la producción, transmisión y recepción de formas simbólicas (entendidas como un amplio campo de fenómenos significativos, desde las acciones, gestos y rituales hasta los enunciados, los textos, los programas de

³ John B. Thompson, *op. cit.*, p. 194

⁴ *Íbidem*, p. 197.

televisión y las obras de arte) en contextos y procesos históricamente específicos y socialmente estructurados⁵. El autor resalta el hecho de que los estudios culturales deben tomar en cuenta la situación histórica y social y que, de alguna manera, no están aislados así, no es tan relevante la estructura interna de las formas simbólicas, sino su inserción en los contextos social e históricamente estructurados.

Es importante además la caracterización que presenta de las formas simbólicas, pues se evidencia la relación contextual cuyos aspectos son: '**intencional**', '**convencional**', '**estructural**', '**referencial**' y '**contextual**'. Son intencionales porque se trata de expresiones de un sujeto para un sujeto o sujetos, es decir, se dice algo a alguien. Son convencionales porque su producción, construcción e interpretación son procesos que implican la aplicación de reglas, códigos o convenciones de diversos tipos. Son estructurales porque se construyen a partir de elementos que guardan entre sí determinadas relaciones de sentido. Son referenciales dado que son construcciones que típicamente representan algo, se refieren a algo y dicen algo acerca de algo. Y finalmente son contextuales porque se insertan en momentos y procesos sociohistóricos específicos en los cuales, y por medio de los cuales, se producen y reciben. Estas características no se presentan como jerarquía o fórmula que contemple su intensidad específica, por el contrario, aunque los cinco intervienen en la constitución de formas simbólicas, sus modos específicos e importancia varían de una forma simbólica a otra.

⁵ *Íbidem*, p. 203.

Incorporar la idea de que los fenómenos significativos conforman una cultura específica da un giro particular a los estudios culturales abarcando una gama amplia de manifestaciones humanas en concordancia con la idea de que la cultura influye en todos los aspectos de la vida. Bajo esta misma perspectiva, el filósofo y catedrático ecuatoriano Bolívar Echeverría explica su concepción de la cultura dentro de una red de relaciones sociales dinámicas que constantemente se configuran e incorporan a los individuos.

Según este autor son tres los indicativos que definen la cultura:

1. El primero está en dos intentos de prevalecer dentro de un esquema de ejes de tensión: a) entre la manifestación de una expresión por parte de un emisor y la recepción de un destinatario evidenciando la existencia de una realidad plural y recíproca; y b) entre la necesidad de referirse específicamente a algo y los códigos utilizados para ello como forma de humanizar lo 'otro' (en este caso el mundo natural), de establecer un orden dentro del caos.

2. El segundo indicativo es prolongación del anterior en el sentido de que las tensiones entre los ejes de expresión-recepción y referencia-código evidencian una realidad que va más allá de las relaciones intersubjetivas para expandirse igualmente a la relación con el mundo natural en constante renovación.



3. El tercer indicativo será la diferencia entre el nivel funcional (sistema) de una lengua y su uso normal, donde este último es capaz de determinar al primero, dándole la capacidad de existir real e históricamente⁶.

Echeverría privilegia el papel que tiene la comunicación como elemento constitutivo y reproductor de la cultura, es decir, que sin ella no podría hablarse de la existencia de la segunda. Ese proceso dinámico en el cual el hombre establece relaciones con sus semejantes para entender aquello que está fuera de la realidad humana; y al igual que con la definición de Thompson, el hecho de que esta comunicación se realice en un momento histórico determinado resulta de vital importancia para comprenderla.

Hay que observar que tanto las formas simbólicas como los códigos y normas en la lengua, no se encuentran estáticas o predeterminadas, sino que existen múltiples versiones y significados de los hechos tal como lo menciona el mismo Echeverría: “El código de lo humano es siempre un código que se identifica o singulariza en una historia concreta.”⁷. Además esa relación con el momento histórico no es de ninguna manera un proceso pasivo, donde sólo la cultura se ve influenciada; también los procesos históricos están determinados por las mismas relaciones.

⁶ Bolívar Echeverría, *Definición de la cultura*, México, UNAM-Itaca, 2001, pp. 99-112.

⁷ *Íbidem*, p. 131.

1.2 LA CULTURA COMO FENÓMENO DE COMUNICACIÓN

Privilegiar el papel de la comunicación como el proceso mediante el cual se constituye y reproduce la cultura permite aseverar que ésta es, sobre todo, un **proceso comunicativo**, que de ella depende en función de que las relaciones sociales sólo son posibles en el momento en que los seres humanos '*extienden*' su expresión de algo mediante el uso de formas simbólicas comunicadas en un momento histórico específico.

Y es que cuando aplicamos el término comunicación no nos referimos a los medios o la forma en que operan, sino a un fenómeno más amplio y cotidiano de relaciones interpersonales que deriva de una necesidad de supervivencia al sabernos miembros de un grupo social; en la medida en que nos reconocemos y compartimos experiencias que nos integran y reafirman dentro del mismo⁸.

Esto queda claro si nos remontamos a los orígenes de la vida comunitaria del ser humano; fue precisamente el papel de cohesión de la comunicación que estas primeras sociedades pudieron, primero, sobrevivir en la medida en que compartían sus experiencias con ese mundo natural que extraño y peligroso, para después conformar los primeros mitos y pensamientos religiosos que brindaban la posibilidad de establecer una relación más igualitaria con el ambiente. Los dibujos en las cuevas de *Altamira*, las manos pintadas en la *Patagonia*, entre otros, son testimonios de un proceso comunicativo que hizo posible que el caos de ese '*otro*' que es el mundo natural iniciara un orden, un sentido, tal como lo refiere Bolívar Echeverría en el segundo eje de tensión del primer indicativo de la cultura.

⁸ Daniel Prieto Castillo, *Diseño y comunicación*, México, Ediciones Coyoacán, 1997, p. 73.

Es a partir de ese momento que las relaciones se vuelven más complicadas hasta llegar a la industria de la comunicación en que vivimos inmersos actualmente, sin embargo, el proceso interpersonal prosigue y permite entender aquello 'otro' que es la naturaleza, además de esa otra extensión de la naturaleza humana que es la sociedad. Es por medio de la comunicación que consumimos y reproducimos la cultura; a través de hacer comunes nuestros pensamientos, valores, acciones, etc., que encontramos nuestro lugar con respecto a los demás. Es en el autorreconocimiento en lo 'otro' que comienza el proceso cultural.

Debido a que utilizamos con anterioridad la idea de forma simbólica, es preciso también recordar que si nos referimos a ella como un fenómeno significativo intencional, convencional, estructural, referencial y contextual, es porque lleva implícita la idea de ser comunicada y compartida con otros. No existe la cultura personal desde el momento en que estas formas simbólicas tienen que ser producidas, transmitidas y recibidas por alguien. Si estamos de acuerdo con que ellas dicen algo a alguien, que se basan en convenciones, que tienen una estructura interna y se insertan en una estructura social e histórica, se refieren a algo o a alguien, entonces podemos afirmar que la comunicación es constitutiva de la cultura y así, diferentes formas de comunicación pueden producir diferentes culturas.

1.3 EL PROCESO CULTURAL DE DIFERENCIACIÓN

Una parte fundamental del papel de la comunicación dentro de la cultura es la posibilidad del autorreconocimiento a través de las relaciones con el 'otro'. Pues bien, la producción, transmisión y consumo de formas simbólicas específicas al interiorizarse generan una matriz de **unidad** (dentro del grupo social) y de **diferenciación** (al exterior del grupo)⁹.

Es importante este contraste entre lo unitario y diferenciador, primero porque a través de ello reconocemos nuestra humanidad frente al mundo natural, y segundo porque es una forma en que la cultura muestra su vitalidad, más allá de pensar que el enfrentamiento con lo diferente resulta pernicioso para la cultura, ésta se revitaliza de la crítica generada por el enfrentamiento a modos diferentes de producirla, transmitirla y consumirla. En el momento en que nos referíamos a la existencia de multiplicidad de culturas (como multiplicidad de modos de comunicar), también se resalta el hecho de que no son formas aisladas, por el contrario, se enfrentan, entrecruzan, influyen y afectan por la acción de la diferencia.

Aun dentro de un grupo social existen diversos modos de interiorizar la cultura; cada persona adecua esos patrones a su propia cotidianeidad dependiente de su historia personal, ya que como afirma Bolívar Echeverría: "La cultura es una dimensión de la vida humana; por ello la acompaña en todos los momentos y todos los modos de su realización; no sólo en los de su existencia extraordinaria, en los que ella es absolutamente manifiesta, sino también en los

⁹ Andrew Roth Seneff, ed., *El verbo popular*, México, El Colegio de Michoacán/ITESO, 1995, p. 17.

de su existencia cotidiana, en los que ella se hace presente siguiéndola por los recodos de su complejidad”¹⁰, pero los mismos procesos culturales (expresados en formas simbólicas) permiten esa diversidad de significados, es decir, no existe un sentido único totalitario, éste se conviene a partir de acuerdos entre los distintos actores. Aun si nos referimos a grupos aparentemente cerrados, éstos permiten en mayor o menor medida modificaciones en sus formas simbólicas a través del tiempo, a la vez necesitan contrastarse y entenderse como diferentes a otros para resaltar su validez interna.

Al compartir las experiencias los grupos sociales aseguran su supervivencia, lo que deriva en un sentimiento de seguridad en la pertenencia. Ante un medio hostil, la tranquilidad de no saberse solo, sino parte de un conglomerado hace más llevadera la vida en la medida en que el ser humano se sabe protegido por estructuras comunes que lo soportan a él y a su descendencia, como una forma de continuidad después de la muerte: principio natural que se rehace en la vida cultural. Y así como las fronteras separan los estados, también son puerta de entrada, membranas permeables a través de las cuales existe una influencia que redefine, los grupos sociales y personas que conforman territorios cercanos que se encuentran en constante acercamiento y confrontación lo que les permite reafirmarse, reconocerse y adaptarse.

¹⁰ Bolívar Echeverría, *op. cit.*, p. 190.

1.4 LA IDENTIDAD CULTURAL COMO PROCESO

Todo el proceso descrito anteriormente se puede resumir como el **proceso de formación de la identidad, es decir, esa capacidad de diferenciarnos y reconocernos dentro de un grupo social**. Es por medio de la identidad, como conjunción de formas simbólicas que se establecen fronteras, primero para diferenciarnos de ese 'otro' natural al que nos hemos referido, después como personas únicas y por último como parte de un conglomerado más amplio: familia, clase social, profesión, nacionalidad, etc. Todas ellas identifican y separan; pero esos diferentes ámbitos se entrecruzan para constituir una identidad personal más general que nunca termina por construirse, que nunca está acabada, que siempre se rehace, el lingüista y semiólogo lituano J.A. Greimas se refiere a lo que une frente a lo que separa en los siguientes términos: "El concepto de identidad, no definible, se opone al de alteridad (como 'lo mismo' a 'lo otro') que tampoco puede ser definido: en cambio, la pareja, como tal, es interdefinible por la relación recíproca, y es indispensable para fundar la estructura elemental de la significación"¹¹, es dentro de este proceso siempre implícito el conflicto, la incongruencia, en palabras de Juan Acha: "Identificar: hacer que una o más cosas que en realidad son distintas, parezcan y se consideren una misma cosa"¹², es decir que no se trata de un cúmulo de similitudes, por el contrario, su carácter dinámico radica precisamente en que se encuentra en constante composición de elementos, de formas diferentes que en apariencia forman un todo homogéneo, puesto que esos elementos **-formas simbólicas-** son interiorizados de modo diferente en cada persona dependiendo del

¹¹ Algirdas Julián Greimas, *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos, 1982, p. 212.

¹² Juan Acha, *Aproximaciones a la identidad Latinoamericana*, México, UAEM/UNAM, 1994, p. 9.

momento histórico, así en la definición de la identidad también el contexto histórico juega un papel trascendente como lo hizo en la definición de cultura, porque no puede existir una identidad ahistórica, por el contrario se trata de procesos en mutua influencia y en corresponsabilidad con respecto a su papel dentro de una cultura.

Para definir la identidad podemos delimitar tres importantes características:

1 la percepción de una unidad fundada en un conjunto de referencias culturales comunes;

2 la percepción de una distinción o delimitación con respecto a otras identidades; y

3 la percepción de una continuidad en el tiempo.¹³

Resulta interesante como el uso de una palabra clave como **percepción** cambi radicalmente el sentido de estas tres características, porque no se trata, nuevamente, de visiones totales o acabadas, sino puntos de vista subjetivos con respecto a la unidad, distinción y continuidad en el tiempo¹⁴. Esa subjetividad es la que permite a las identidades transformarse gradualmente. A partir de estas características podemos retomar las tres funciones de la identidad que define la socióloga de la Universidad de Turín Loredana Sciolla:

¹³ Andrew Roth Seneff, *op. cit.*, p. 128.

¹⁴ Tomamos el término percepción como lo explica Rudolf Arnheim: "En primer lugar, no se trata simplemente de que el mundo de las imágenes quede estampado sobre un órgano fielmente sensitivo, Más bien, al mirar un objeto, somos nosotros los que salimos hacia él. [...] La percepción de formas es una ocupación eminentemente activa" (Rudolf Arnheim, *Arte y percepción visual*, México, Alianza, 1979, p. 58), es decir que la subjetividad en la interpretación resulta esencial para comprender el fenómeno de la percepción.

1. **una función locativa**, por la que sitúa al sujeto en un espacio social revestido de símbolos;

2. **una función selectiva** que permite al sujeto ordenar sus preferencias y escoger entre diferentes alternativas o cursos de acción;

3. **una función integradora**, en el sentido que permite ligar las experiencias del pasado a las del presente en la unidad de una biografía incanjeable o de una memoria colectiva¹⁵.

Si la persona encuentra su espacio social mediante el uso selectivo de las formas simbólicas y por medio de ellas se integra un presente único, quiere decir, que la identidad no es algo cerrado y acabado. Es la cotidianeidad -igual que en la cultura- la que le da sentido, la que la significa y la rehace y en donde los individuos son responsables de dotarse de una historia de vida que proporcione continuidad con la experiencia a lo largo del tiempo, estableciendo una relación significativa entre las distintas etapas de la vida dotándolas de coherencia.

Lo anterior se evidencia en las sociedades actuales, pues la intrincada trama que las caracteriza supone un conflicto entre la realidad objetiva y la realidad subjetiva; así la responsabilidad en la construcción de la identidad pasa de ser un asunto social, a ser primordialmente un asunto individual como lo afirma la investigadora de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)

¹⁵ Loredana Sciolla, *Identità*, Turín, Rosenberg & Sèller, 1983, p. 22.

Marcela Gleizer: "La identidad pasa de ser un hecho subjetiva y objetivamente dado, para convertirse en el proceso de elaboración interior a través del cual el individuo debe afrontar el agravio emocional y la multiplicidad de impulsos que derivan de una situación cultural caracterizada por la ausencia de certezas últimas, la falta de puntos de referencia unívocos y el consiguiente cúmulo de recetas disponibles para hacer frente a las competencias pragmáticas de la vida diaria"¹⁶. Ante la complejidad de las sociedades actuales los individuos dotan de significado sus acciones mediante las decisiones, conscientes e inconscientes derivadas de la identidad.

Es ante la densidad de vinculaciones con el espacio social que las identidades individuales se reflejan de alguna forma en un ámbito más general donde la principal relación sea la existencia en un contexto histórico específico, lo que no quiere decir que necesariamente exista analogía entre identidad del grupo e identidad individual, es decir, la primera es más que la simple suma de las segundas, aun cuando ambas son contemporáneas. Y es que aun cuando alguien nace, se encuentra cargado de una identidad, que se construye a lo largo de la historia personal, siempre tomando como referentes los símbolos utilizados por los grupos a los que se pertenece. Estos ingredientes se van incorporando a la personalidad pasando por el tamiz de la clase social, país, profesión casi siempre sin la conciencia de ello¹⁷.

Si anteriormente se citaba de Juan Acha el término 'identificar', este no debe tomarse inocentemente. Para explicarlo debemos entender que nos he-

¹⁶ Marcela Gleizer Salzman, *Identidad, subjetividad y sentido en las sociedades complejas*, México, FLACSO, 1997, p. 161.

¹⁷ Juan Acha, *op. cit.*, p. 22.

mos referido a un proceso, y como tal, no es algo terminado o totalitario, se refiere a la identidad no como idea abstracta a utilizarse en discursos públicos, sino que, como no existe ese algo que podamos denominar **IDENTIDAD**, es mejor hablar de la idea de **IDENTIFICACIÓN** que permite un entendimiento más abierto, real y cotidiano del fenómeno de identidad, que deja de ser objeto de museo o de academias para convertirse en moneda de cambio, salvoconducto o pasaporte.

Por su parte, el investigador del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, Gilberto Giménez piensa en los mismos términos al hacer lo que él llama '*tres observaciones capitales*' acerca de la identidad social:

1. La identidad colectiva no planea sobre los individuos; resulta del modo en que éstos se relacionan entre sí dentro de un grupo o colectivo social. La identidad no es una esencia, sino un sistema de relaciones y representaciones.

2. La identidad de la persona tiene un carácter pluridimensional, que resulta de la inserción del individuo en una multiplicidad de círculos de pertenencia concéntricos o intersecados.



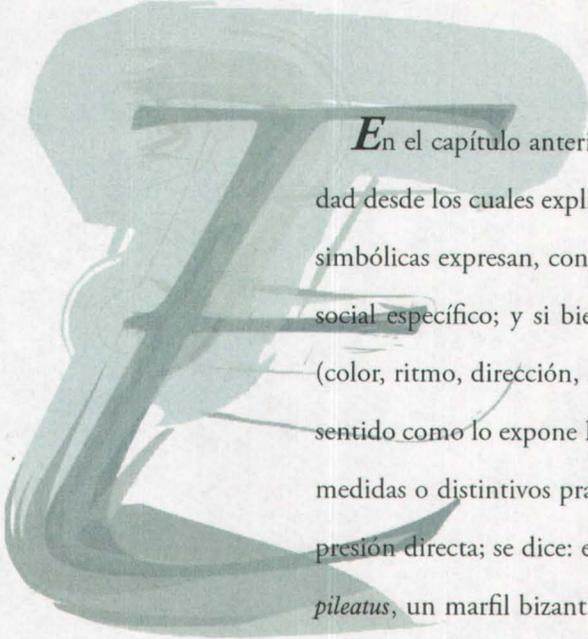
3. La identidad no debe concebirse como esencia o paradigma inmutable, sino como proceso de identificación; es decir, como un proceso activo y complejo, históricamente situado y resultante de conflictos y luchas¹⁸.

Todo lo anterior nos brinda un panorama más amplio del fenómeno de la identidad, la extrae del nicho de incorruptibilidad para colocarla en un plano más real de uso cotidiano, donde el conflicto, el desacuerdo y la no continuidad tienen la misma importancia que el acuerdo y la convención, y es a partir de los conceptos vertidos que la concepción se vuelve maleable y permite incorporarla en diferentes análisis, como es el caso aquí, para referirla a las imágenes visuales.



¹⁸ Gilberto Giménez, "Cambios de identidad y cambios de profesión religiosa" en *Nuevas identidades culturales en México*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993, pp. 26-27.

2 LAS IMÁGENES VISUALES COMO ELEMENTOS DE IDENTIDAD CULTURAL



*E*n el capítulo anterior nos referimos a los conceptos de cultura e identidad desde los cuales explicaremos cómo las imágenes visuales, en tanto formas simbólicas expresan, contienen o significan la identidad cultural de un grupo social específico; y si bien se pueden analizar en sus características formales (color, ritmo, dirección, movimiento, etc.), éstas necesariamente refieren a un sentido como lo expone Rudolf Arnheim: “Mientras sólo se hable de las meras medidas o distintivos prácticos de los objetos, es posible pasar por alto su expresión directa; se dice: esto es un hexágono, un dígito, una silla, un *Drycopus pileatus*, un marfil bizantino. Pero en cuanto abrimos los ojos a las cualidades dinámicas que presenta cualquiera de esas cosas, inevitablemente las vemos como portadoras de sentido expresivo”¹. Y es que las relaciones existentes entre los componentes formales de una imagen visual entran en contacto con los aspectos externos, con el contexto en donde se produce y consume esa imagen, que si bien puede considerarse un proceso personal y subjetivo, es claro que la influencia del ambiente cultural aumenta en la medida en que esa imagen circula o se distribuye; así ingresa en el circuito de las formas simbólicas como instrumento de comunicación.

¹ Estas cualidades dinámicas a las que se refiere el autor serán aquellas fuerzas resultantes de la interacción de todos los elementos de una obra, principalmente aquellas que se refieren a su estructura interna y que influyen en la percepción. Rudolf Arnheim, *Arte y percepción visual*, México, Alianza, p. 485.

Las imágenes visuales no son sólo el resultado de un contexto, también, en el momento en que se adoptan como portadoras de sentidos comunitarios, cuando su significado se hace convencional, se transforman en **elementos activos dentro de una identidad cultural determinada.**

El proceso anterior se da en dos sentidos: uno al interior de la sociedad o grupo y otro al exterior y en contacto con otros grupos. Es decir, que no necesariamente el ámbito de acción se restringe al grupo de uso, sino que en la medida en es recurrente la adopción de imágenes visuales como elementos primordiales de la identidad cultural, éstas, cubren la percepción exterior por parte de otros grupos; el proceso funciona a la inversa, así, se imponen imágenes visuales desde el exterior que no necesariamente corresponden con el significado que se les otorga dentro de la sociedad a la que aparentemente se refieren. Por ello el proceso no es de ninguna manera claro en cuanto a su desarrollo, simplemente se resalta el papel que juega la imagen visual como elemento de la identidad cultural, partícipe del acuerdo y la convención y factor de conflicto y enfrentamiento.

Vivimos en un mundo saturado de imágenes, donde la visión se ha convertido en el sentido más explotado y necesario para la cultura occidental. La imagen es un fenómeno complejo y sujeto a diferentes análisis; para este trabajo nos enfocaremos en estudiar cómo se constituye en un símbolo para así explicar su funcionamiento dentro del ámbito de la identidad cultural.

2.1 DESCRIPCIÓN DEL CONCEPTO DE IMAGEN VISUAL

La imagen es principalmente una reproducción mental, recuerdo del pasado, huella indeleble, reliquia o vestigio. Ésta, contrariamente al pensamiento común que la asocia únicamente con lo visual, abarca manifestaciones perceptuales diversas que nos relacionan con el entorno. Y aunque, en ese sentido, podemos referirnos a imágenes sonoras, táctiles, olfativas y gustativas, para el caso que nos ocupa en habremos de referirnos exclusivamente a las imágenes visuales, en la actualidad parte determinante de la cultura, junto con las sonoras, y configuran el ambiente predominante de la producción simbólica y, por lo tanto resultan el campo más prolífico de análisis cultural debido a su profusión.

El estudio de la imagen ha sido tema de interés desde el siglo pasado, principalmente por el surgimiento de la cinematografía, el radio y la televisión, es decir la transmisión de imágenes, época a la que el filósofo y catedrático francés Régis Debray llama la '*tercera edad de la mirada*' o '*videosfera*' (término que toma del crítico de cine Serge Daney), precedida por la '*logosfera*' o era de los ídolos (que abarca de la invención de la escritura a la invención de la imprenta); y por la '*grafosfera*', era del arte (va de la imprenta hasta la televisión)². Esta investigación retomará algunas concepciones y características que permitan una visión panorámica del fenómeno para analizarlo dentro del ámbito de la identidad cultural.

² Régis Debray, *Vida y muerte de la imagen, Historia de la mirada en Occidente*, España, Paidós, 1998, p. 176.

Abraham Moles, estudioso del fenómeno de la comunicación, define la imagen como aquello que es transmitido por canales naturales y artificiales y la entiende como: “sistema de datos sensoriales estructurados, que son producto de una misma ‘escena.’”³. En esta definición debemos entender ‘escena’ como un fragmento del mundo -idea que retoman otros autores con respecto a la imagen- que parte de una selección de la realidad, no se trata de toda la realidad, ni siquiera de una realidad única, sino de algo determinado por el momento histórico, la sociedad y los individuos. El especialista en estudios de la imagen la Universidad Autónoma de Barcelona, Lorenzo Vilches, utiliza el término de ‘*espacio visual*’ para referirse a un marco conceptual de representación como determinante en la producción e interpretación de las imágenes⁴. Por su parte, el experto en comunicación corporativa, Justo Villafañe, considera que existen tres hechos irreductibles en la imagen: “una selección de la realidad, unos elementos configurantes y una sintaxis, entendida ésta como una manifestación de orden”⁵. Así vemos que existe un elemento común con respecto a la naturaleza de la imagen donde los procesos de percepción permiten seleccionar un aspecto o fragmento de la realidad para particularizarla en lo que Villafañe llama una modelización. Este punto es de especial importancia para esta investigación puesto que presenta la imagen, no como algo puro o aislado, sino como parte del mundo social e histórico; le quita la inocencia del fenómeno puramente físico y la transforma en vehículo de expresión para una realidad específica tal como lo expone Villafañe: “Las imágenes constituyen modelos (este término se entiende como un sistema de representación

³ Abraham Moles, *La imagen. Comunicación funcional*, México, Trillas, 2001, p. 11.

⁴ Lorenzo Vilches, *La lectura de la imagen*, España, Paidós, 1984. p. 110.

⁵ Justo Villafañe, *Introducción a la teoría de la imagen*, Madrid, Pirámide, 2002, p. 30.

que explicita una estructura de relaciones entre los elementos de un conjunto homólogo a otro en el que se basa) de realidad”⁶. El concepto de modelo lo debemos de entender como forma de sustitución de la realidad, puesto que como decíamos, **las imágenes necesariamente son fragmentos del mundo que se hacen subjetivos.**

Con base en lo anterior Villafañe define tres maneras en que la imagen modela la realidad: representativa, simbólica y convencional⁷, cuyas características serían las siguientes:

Modelización representativa: la imagen sustituye a la realidad de forma analógica⁸; entre ella y la realidad existe una correspondencia estructural que puede ser variable en cuanto a la iconicidad.

Modelización simbólica: implica una transferencia de la imagen a la realidad, esto es que la imagen le otorga una configuración visual a un hecho abstracto, pero para que esto ocurra es necesario un acuerdo colectivo.

Modelización convencional: la imagen funciona como signo no analógico y hace referencia a un contenido particular o a un objeto sin reflejar sus características sensibles, lo que las hace arbitrarias.

⁶ *Íbidem*, p. 31.

⁷ *Íbidem*, pp. 36-38.

⁸ Para Justo Villafañe, la analogía es “el fenómeno de homologación figurativa entre la forma visual y el concepto visual correspondiente” (Ídem).



Aunque los tres tipos de modelización se presentan separados en su definición, ésta no es una forma de clasificación ya que estas características aparecen al mismo tiempo en una sola imagen, siempre con el dominio (no necesariamente notable) de una de ellas.

El texto de Villafaña refiere principalmente a la modelización representativa, que establece escalas de iconicidad o niveles de realidad, sin embargo para nosotros la modelización simbólica será la más relevante puesto que no es de interés de esta investigación explorar la percepción de la imagen, sino analizar la forma en que ésta se relaciona con la identidad cultural. Así, en el caso de la modelización simbólica las imágenes poseen un nivel de abstracción menor frente al concepto al que representan actuando como representaciones en primer lugar y como símbolos en última instancia⁹.

Con todo lo anterior tenemos un panorama general respecto al concepto de imagen y se delimita dentro del universo de las imagen visual las características que serán privilegiadas en el análisis, nos hemos entonces de referir a las imágenes simbólicas como **vehículos de expresión cultural** tanto del grupo que las produce como del que las consume en tanto formas portadoras de sentido.

2.2 SIGNOS EN LA IMAGEN VISUAL

El signo, en la acepción básica de Ferdinand de Saussure, se define como la relación entre un significado y un significante¹⁰ que se refieren a un concepto

⁹ *Ídem.*

¹⁰ Ferdinand de Saussure, *Curso de lingüística general*, México, Fontamara, 1995, p. 104.

y a una expresión respectivamente y forman una unidad indivisible. A partir de ello se inicia el desarrollo de los estudios con respecto al signo; basado en esta idea Pierre Guiraud expande su campo de acción al terreno de la comunicación: "Un signo es un estímulo -es decir una sustancia sensible- cuya imagen mental está asociada en nuestro espíritu a la imagen de otro estímulo que ese signo tiene por función evocar con el objeto de establecer una comunicación."¹¹.

Con estas dos ideas es posible vincular el uso de signos visuales, en el caso de la primera definición el significante será la imagen propiamente dicha, mientras que el sentido que expresa será su significado. Aquí reside la mayor complicación cuando tratamos de trasladar un concepto que surge de los estudios lingüísticos al terreno de las imágenes visuales puesto que si bien, al igual que los signos lingüísticos, no se encuentran aisladas, sino que siempre están en relación con otras imágenes, su complejidad estructural es más profunda. Los colores, formas, representaciones, composición y el mismo texto, entre otros elementos, interactúan en una unidad integrada, pero que es necesario dividir para emprender un análisis profundo de sus signos.

De cualquier manera, siempre será posible entender un significado general que resulte más que la simple suma de las partes, es decir, que si bien los elementos estructurales de la imagen pueden tener un sentido específico, es a partir de su relación con los demás elementos como se conforma la comunicación más compleja. Aquí hay una segunda complicación, puesto que en la mayoría de los casos **una imagen no comunica un sólo significado**, sino que, dependiendo de la experiencia, el momento histórico, la clase social, etc. y el proceso en que la imagen es percibida y después comprendida, se establece un vínculo entre quien observa y aquello que es visto (la imagen), en una relación

¹¹ Pierre Guiraud, *La semiología*, México, Siglo XXI, 24». ed., 1999, p. 33

compleja que provoca que las imágenes se vuelvan polisémicas y que en ese sentido no sean aprehendidas en su totalidad sino únicamente en algunos de sus aspectos más o menos significativos.

Resultaría imposible establecer un listado de todos los sentidos posibles de una imagen para las personas que la perciben; probablemente sólo en el caso de los signos abstractos (matemáticos, letras, etc.) pueda establecerse un límite en el significado transmitido; fuera de ellos, sobre todo si pensamos que la mirada nunca será inocente (siempre trae consigo alguna carga contextual, cultural, histórica, etc.), la tarea de establecer un patrón único de significados será inacabable o más amplia de lo que aparenta en primera instancia.

Aunque existe esa posibilidad teórica, tal como la enuncia Lorenzo Vilches cuando afirma: "No existen infinitas lecturas de un texto. Si se acepta que un texto está delimitado por la interacción comunicativa, esa misma comunicación tiene sus reglas que pueden ser estudiadas a través de la competencia textual. Esas reglas existen; son fijas, aunque dinámicas. Y, por tanto, se pueden estudiar a partir de una propuesta teórica"¹², sin embargo existe la duda razonable sobre la viabilidad de emprender un estudio que especifique estas diferentes lecturas. Pensemos que estas significaciones varían con el tiempo, lo que convertiría cualquier análisis en un patrón circular, así, nos parece más adecuada la percepción de Régis Debray cuando afirma que: "Una imagen es siempre y definitivamente enigmática, sin 'buena lección' posible. Tiene cinco mil millones de versiones potenciales (tantas como seres humanos), ninguna

¹² Lorenzo Vilches, op.cit., p. 99.

de las cuales puede imponer su autoridad (la del autor como cualquier otra). Polisemia inagotable”¹³.

Aun así, y estableciendo una jerarquía (parcial) de a los significados contenidos y transmitidos en las imágenes, su análisis aporta elementos valiosos que pueden aclarar el fenómeno cultural que supone la producción y consumo de imágenes.

A partir de la generalidad se pueden establecer patrones de conducta para acercarse a lo particular; más aun si pensamos que una buena parte de nuestro comportamiento está determinado por el aprendizaje social que nos condiciona de tal forma que se establecen fronteras de comportamientos y conceptos, que si bien pueden trasgredirse, para el grueso del cuerpo social será importante su reproducción para reafirmar su unidad frente a lo que es extraño o diferente, constituyendo una de las bases sobre la cual se funda la identidad cultural.

2.3 LA IMAGEN VISUAL COMO SÍMBOLO

En el primer capítulo nos referimos al concepto de forma simbólica para explicar la manera en que la cultura es producida y consumida. Estas formas simbólicas abarcan casi la totalidad de la obra material y espiritual del hombre y ellas permiten transmitir y dotar de sentido la vida social. Partiendo de esta noción las manifestaciones o expresiones, devienen en símbolos cuyo contenido abstracto trasciende la forma de la expresión.

¹³ Régis Debray, *op. cit.*, p. 52.

Aun cuando hemos expuesto que el símbolo es un tipo de signo cuya representación convencional es menos abstracta que aquello que representa, también es cierto que la forma en que el signo puede constituirse como elemento de intercambio y hacerse transitable en determinada sociedad es su materialización en imágenes.

Por medio de la imagen el símbolo se hace concreto, se limita y se hace entendible para el ser humano. Recordemos que el símbolo, en tanto concepto es inabarcable, en una imagen se acerca al ser humano, a su existencia y entonces se le puede conocer y portar, se hace manejable y finito. Se reconoce en el mismo sentido en que nos referíamos al proceso de identificación en el primer capítulo, el símbolo adquiere así límites, tiene un perímetro, se encierra en una figura, en colores y texturas.

Como el **tótem**, la **medalla** o el **cetro**, el símbolo otorga poder a su portador y dota de sentido sus actos cotidianos porque su imagen está cargada de sentido. Así, la forma física, tangible del símbolo disminuye la fuerza que se emplea para comprenderlo, lo que en este caso no quiere decir, reiteramos, que se comprenda en su totalidad; comprensión que eliminará la angustia con respecto a la pesada carga que suponen los símbolos; la imagen es sólo un fragmento, más o menos denso, de la masa total del símbolo.

Por medio de la imagen el símbolo se vulgariza, deja de pertenecer al terreno de lo oculto, lo cerrado, lo que sólo se reserva para algunos iniciados (detentadores del poder, casi siempre) que conocen sus secretos: **la imagen lo**

democratiza. Casi siempre los poderes despóticos han reservado para sí el uso de símbolos, ellos eligen las imágenes permitidas y aquellas que permanecen ocultas. El sacerdote-rey se comunica en privado con los dioses que le regalan o transmiten las imágenes de los símbolos que debe mostrar. Pensemos que tanto judíos como musulmanes se rehúsan a fijar la imagen de Dios, el símbolo supremo no puede materializarse de ninguna forma puesto que dejaría de ser esa materia infinita y origen supremo.

De cualquier manera, debemos pensar que la imagen, y más aquella representativa de un símbolo tiene una fuerza especial, crea alrededor de sí una atmósfera peculiar que debe ser cuidada, reverenciada o consagrada, en palabras del antropólogo Alfredo López Austin: "Si el significante es visual (dentro de un símbolo), suele fascinar el concierto de sus formas, lo que hace de la atracción estética un motivador adicional. Debido a esto, los símbolos fascinantes no son meros signos de signos, sus sinónimos. Tal vez sean síntesis de signos pero adquieren una semiosis propia."¹⁴ Es decir que la imagen de un símbolo adquiere una fuerza derivada de sus propias características, y que si bien puede llevar a cabo un proceso de significación diferente, éste no es más que el resultado de su propia fuerza simbólica.

La imagen y el símbolo son dos fenómenos diferentes que eventualmente se unen o conjugan para crear una realidad derivada de sus propiedades, mientras el símbolo adquiere una materia que lo sustenta, que lo encierra, la imagen se carga de significados y se vuelve relevante para un determinado

¹⁴ Alfredo López Austin en Florescano, Enrique coord.,

Mitos mexicanos, México, Taurus, 2001, p. 17.

grupo social, escapa de su uso común para convertirse en elemento afectivo, cargado emocionalmente y en ese sentido, permite la cohesión, la comunión, se transforma en arquetipo -en el sentido en el que lo define el sicólogo Gustav Jung¹⁵-, relevante en tanto puede predisponer la vida, ordenarla y, por lo tanto, dotarla de un sentido más espiritual que material. Alrededor de la imagen se empieza entonces a construir una cohesión del grupo social, en ella convergen las manifestaciones humanas, se le protege para que siga funcionando como depositaria de las aspiraciones sociales, se convierte en factor que sustenta la identidad cultural.

2.4 LOS SÍMBOLOS COMO CONSTITUTIVOS DE LA IDENTIDAD CULTURAL

El símbolo es un fenómeno más profundo e importante como constitutivo de una identidad cultural de lo que comúnmente se puede pensar. Las implicaciones que tiene como elemento afectivo en la vida social del hombre le permiten funcionar como puente, como aglutinante, no sólo emocional, sino intelectual para aquellos que se encuentran dentro de las fronteras que él mismo permite construir.

Los símbolos son, en una primera concepción, una clase de signos cuya materialización transmite significados y es superada para convertirse en objeto de convención que produce en el espíritu humano la sensación del reencuentro, de que las distancias se han acortado. En la Grecia clásica el término *symbolon* se utilizaba para designar una escudilla que el anfitrión partía en dos con el

¹⁵ Jung define al arquetipo como: “[...] un factor no evidente, una disposición, que en un momento dado comienza a actuar sobre el espíritu humano, y ordena, formando determinadas figuras, el material inconsciente”. Carl Gustav Jung, *Simbología del espíritu*, México, Fondo de Cultura Económica, 1962.

huésped estableciendo una relación de confianza en la medida en que las partes se reunían. Así el símbolo permite la ceremonia y la congregación.

Cuando decimos que los símbolos se convierten en entes constitutivos de una identidad cultural es porque funcionan como elementos de cohesión, son el salvoconducto o la llave que se inserta en la cerradura de la comunicación (hacer común) y dejan fuera de su espacio de interacción a aquellos que no poseen un fragmento del todo. El símbolo es entonces origen y tiene por lo tanto una carga afectiva importante puesto que juega un papel de 'adhesivo' esencial en las relaciones humanas que lo convierte en elemento vivo que se regenera en función de las reuniones que propicia creando de esa manera un microcosmos, un escenario donde los actores sociales determinan sus actos a partir de él. El símbolo en ese sentido es terapéutico puesto que tiende a eliminar las diferencias y refuerza el sentido de pertenencia que traspasa la barrera del tiempo y transmite por generaciones, además resiste la racionalización puesto que se trata de un fenómeno que dota de sentido a la comunidad y permite la existencia en la medida en que le delimita fronteras.

El símboloes, además, en esa misma línea de pensamiento, un elemento religioso en el sentido original del término que tiene que ver con la idea de religar (*religare*), es decir, volver a unir lo que estaba separado, conforma una congregación, una comunión, sentimiento religioso que acorta la distancia entre el ser humano y los fenómenos que escapan a su razón o fuerza. Así los símbolos conjuran los elementos naturales que provocan espanto, dolor y muerte; per-

miten acercar esa realidad externa y extraña a una concepción cercana, humana que confiere sentido y aísla del azar.

Ahora bien, el símbolo permite modificaciones sustanciales lo que provoca que su vida y uso se prolonguen, como decíamos al referirnos al concepto de identidad, el conflicto supone un proceso de regeneración para que el símbolo continúe como núcleo de interacción humana; receptor de cualidades espirituales e imaginarias que fortalece su uso porque su aislamiento reduce su vitalidad haciéndolo inútil o banal.

El símbolo además, trasciende a su materia, es decir, sus representaciones son intentos por aprehenderlo, mostrarlo e insertarlo en procesos sociales estructurados, pero su sentido va más allá de esta modelización, así, el concepto de PAZ en tanto símbolo va más allá de su representación tradicional por medio de la paloma blanca con una rama de olivo en el pico; un niño, el mar, una nube, el sonido del viento, un atardecer, todas ellas materializaciones posibles del símbolo PAZ.

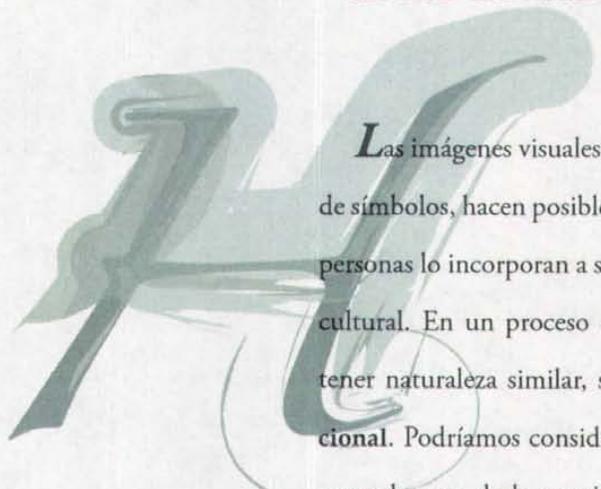
La parcialidad cultural que reviste, sobre todo, la materialización de un símbolo no excluye su carácter universal y objetivo. Esto quiere decir que el símbolo posee la cualidad de interiorizarse en el individuo en tanto es universal, aunque se refiera a un grupo humano en particular; entra en juego además otro aspecto de su trascendencia: la expresión de toda una cultura, un contexto o una sociedad específica.

Todo lo anterior rompe con la idea, tradicionalmente aceptada que confunde la modelización o materialización del símbolo con el símbolo en sí mismo. Se dice, por ejemplo, que el cetro es un símbolo del poder en una monarquía; pero lo correcto sería entender al cetro sólo como una imagen del símbolo de poder, como también lo son una banda en el pecho o una condecoración.

El símbolo será entonces una construcción imaginaria del espíritu en la que confluyen elementos diversos portadores de un sentido que permite la pertenencia a un determinado grupo social; está abierto a su concreción en imágenes en tanto que se vuelve constitutivo de identidad y se encuentra en circulación continua entre los integrantes de dicho grupo, reforzando de esa manera sus vínculos y participando en la construcción de fronteras significativas que delimitan lo propio de lo extraño, el nosotros de los otros que, como en la Grecia clásica, abría las puertas a todo aquel que poseyera su fragmento correspondiente del *symbolon* porque entonces había identificación entre las partes que eliminaba cualquier sospecha con respecto a la pertenencia a ese grupo, tal y como funciona la identidad cultural en las estructuras sociales.

De esta manera se reitera el papel predominante del símbolo como constitutivo de la identidad cultural; que materializa las interpretaciones de pertenencia a un grupo. **La identidad puede construirse como una red cuyos nodos serán la existencia de símbolos que vinculan sus interpretaciones y en cuyo tránsito la vida cotidiana encuentra sentido.**

3 LA IMAGEN SÍMBOLO COMO PARTE DE LA IDENTIDAD NACIONAL

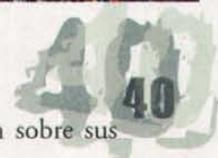


Las imágenes visuales desempeñan un papel importante en la constitución de símbolos, hacen posible su expansión en un proceso dinámico por el cual las personas lo incorporan a sus vidas como participantes de una misma identidad cultural. En un proceso diferente, que en ocasiones puede confundirse por tener naturaleza similar, se origina por la voluntad expresa la **identidad nacional**. Podríamos considerarla un fenómeno '*sintético*' puesto que no surge naturalmente de la convivencia humana cotidiana, sino que se basa primordialmente en la idea moderna de nación, como un ente que abarca territorio, población, idioma, gobierno, etc. que lo convierte en algo cerrado, limitado, definido, separado. Sin embargo nos parece importante exponer las ideas que se han dado alrededor de la identidad nacional, puesto que en la medida en que han permeado para hacerse más o menos populares, se han constituido o conformado imágenes que finalmente se incorporan a la identidad cultural.

Aquí cabe la aclaración con respecto a los términos que utilizamos para referirnos a dos procesos diferentes; por un lado la identidad cultural describe un fenómeno por el cual las personas se reconocen por una serie de rasgos, costumbres o modos que le dan sentido a su cotidianidad y le permiten sentirse parte de un grupo social; por otro lado la identidad nacional resulta del proceso, más bien político, por el cual algunos elementos de la identidad cultu-

ral, modificados y exaltados de manera le otorgan legitimidad a la constitución de la idea de nación.

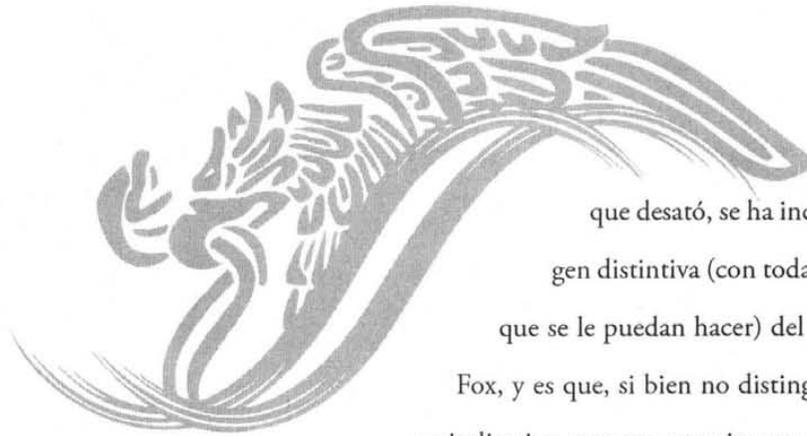
Los conceptos alrededor de lo que es o debe ser la identidad nacional han sido expresados por pensadores, gobernantes, grupos políticos y religiosos, y durante la historia del país han sido objeto de discusiones por dirimir una visión de la Nación. Recordemos que después de tres siglos de dominación colonial por parte de España, en las primeras dos décadas del siglo XIX se consuma la independencia, por lo menos formal, de lo que hoy conocemos como



México. A partir de ese momento, los grupos vencedores fundan sobre sus paradigmas aquello que empezará a ser llamado la Nación. Es hasta los gobiernos emanados de la Revolución, principalmente el de Álvaro Obregón, que la estabilidad hace posible que los proyectos de una identidad nacional retomen un sinnúmero de ideas previas que le otorgan un aura de legitimidad. Sin embargo, en la medida en que la propia Revolución se desgasta y sus gobiernos se alejan del ideario original y, sobre todo, las recurrentes crisis económicas, estas ideas de la identidad nacional se disminuyen, hasta llegar al momento actual

en que el cuestionamiento abierto de los símbolos, los mitos y los ritos¹ que dan, o daban, sentido a la identidad nacional deberán de llevar este concepto a su deconstrucción originando posturas y concepciones diferentes.

Por ese mismo camino, las imágenes que han acompañado este proceso han sufrido un destino similar, el caso más representativo es el ajuste que se hizo al escudo nacional, rebautizado como ‘águila mocha’, que a pesar de la polémica



que desató, se ha incorporado como imagen distintiva (con todas las interpretaciones que se le puedan hacer) del gobierno de Vicente Fox, y es que, si bien no distingue a la Nación, sí es un indicativo que nos permite ver como la transformación de la identidad nacional es paulatina y siempre tendrá referentes en elementos del pasado, ya sea para legitimarse, o para revalorar una idea en desuso, por lo tanto, consideramos importante hacer una revisión de las interpretaciones más sobresalientes que se han generado acerca de la identidad nacional desde el primer tercio del siglo pasado, éstas presentan un marco de referencia sobre el que es posible armar interpretaciones posteriores.

¹ J.A. Greimas distingue dos concepciones para el rito: de un lado aquella que se refiere al comportamiento estandarizado y que comunica el estatus de los protagonistas en un grupo social; del otro como una forma de superar la angustia de la vida en sociedad mediante acciones regulares (J.A. Greimas, *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Tomo II, Madrid, Gredos, 1991, pp. 217-219). Por su parte, Eduardo Cirlot menciona, en relación al rito que éste: “simboliza y reproduce la creación [...], todo rito es una cita, es decir, una confluencia de fuerzas y de ordenaciones; su sentido surge de la acumulación y de la combinación de esos poderes concertados.” (Juan Eduardo Cirlot, *Diccionario de Símbolos*, España, Labor, 5a ed, 1982, p. 391).

3.1 ALGUNAS POSTURAS SOBRE LA IDENTIDAD NACIONAL

El texto que inaugura la idea de la identidad nacional a partir de la Revolución es obra de Samuel Ramos, cuyo libro *El perfil del hombre y la cultura en México*, publicado en 1934 se basa principalmente en el psicoanálisis para presentar un esbozo de la personalidad del mexicano. En términos generales se destaca la idea de que al mexicano lo aqueja un recurrente sentimiento de inferioridad, derivado principalmente de la dominación, primero por parte del imperio español, las potencias europeas en el siglo XIX y la estadounidense en el siglo XX. Según la visión de Ramos, México vive una etapa de inmadurez que lo coloca en desventaja frente al mundo industrializado -adulto-, situación que se agrava por la desventaja que él identifica en la conquista, el mestizaje e, incluso, la naturaleza. Señala además que la necesidad de reafirmarse, de encontrarse, tiene su origen en ese mismo complejo de inferioridad; lo que representaba una abierta provocación a todo el movimiento nacionalista que en las Artes Plásticas, Música, Teatro y Danza propugnaba por encontrar esas formas 'mexicanas' recogiendo imágenes del pasado indígena y de la reciente revolución armada².

Esta aseveración tuvo amplias repercusiones en el ambiente intelectual de la época porque no era resultado de la exaltación a la que se había acostumbrado el pensamiento mexicano, sino de la crítica severa y dio paso a una serie de tesis que ahondan en la idea del fracaso y el vacío.

² Cabe recordar que Samuel Ramos formó parte primordial del grupo de los Contemporáneos que criticaban ese nacionalismo que veían ellos como folclor en lugar de una postura más abierta a las corrientes, europeas principalmente, que ellos veían como verdaderas revoluciones del pensamiento y que podían aplicarse al ámbito intelectual mexicano. Esa actitud les valió constantes enfrentamientos, sobre todo, con el grupo de muralistas.

En 1938 Rodolfo Usigli escribe su famosa obra de teatro *El gesticulador* acompañada de un “Epílogo sobre la hipocresía del mexicano” en donde expone su postura con respecto al carácter del mexicano. El título resulta revelador acerca de la intención del autor: México es un país que se esconde tras de una máscara y cuya única verdad es la mentira, según Usigli: “La tragedia de México, hasta ahora, y por ello la tragedia del mexicano, reside por igual en todo lo que oculta, porque (eso) lo exhibe, y en todo lo que exhibe porque (eso) lo oculta”³. Para él la simple idea de retratar al mexicano es una tarea que no puede llevarse a cabo por ese ocultamiento, en cuanto se piensa que se ha trazado una imagen objetiva, esta ha cambiado: nos elude, y por esa misma afirmación lo lleva a la conclusión de que el mexicano carece de un rostro definible, que debajo de esa máscara sólo reside la desnudez más absoluta.

El filósofo Emilio Uranga retoma la tesis fundamental de Samuel Ramos y en 1949 escribe *Ensayo de una ontología del mexicano* donde propone modificar la expresión de inferioridad por insuficiencia argumentando que el rasgo más característico del mexicano es su emotividad, lo que lo lleva a un estado de profunda sentimentalidad donde rumia los acontecimientos de su vida provocando una inactividad prácticamente total. Según Uranga, son estos tres elementos los que invaden el espíritu del mexicano llegando a un estado de melancolía en donde afirma su insuficiencia ante los retos de su existencia.

El poeta Octavio Paz propone una tesis similar en su célebre *Laberinto de la Soledad* (1950) donde recoge las ideas que gestaba su generación con respecto

³ Rodolfo Usigli, “Las máscaras de la hipocresía” en *Anatomía del mexicano*, México, Plaza y Janés, 2002, p. 137.

a la mexicanidad; se pasaba entonces de la exaltación acrítica a un análisis que trataba de ser más objetivo. La idea central de Paz a lo largo de todo el ensayo es que el mexicano es un ser definido por su soledad, que oculta su interior rasgado donde acumula los traumas y emociones, no sólo de su historia personal, sino aquellas que se heredan por la cultura, como el mismo Paz lo expone: “Las circunstancias históricas explican nuestro carácter en la medida que nuestro carácter también las explica a ellas. Ambas son lo mismo”⁴. El mexicano es así un ser que se aísla, que teme ser lastimado, que se oculta y en ese mismo sentido se niega. En Paz aparece nuevamente la idea de la máscara, ya no como una recriminación a la manera de Usigli, sino como una forma de entender como se da esa relación con el mundo exterior, donde el mayor miedo es rasgarse, abrirse, chingarse, rajarse, y para evitar ese riesgo el mexicano prefiere su soledad.

Hacia la segunda mitad del siglo XX aparecen ideas nuevas para interpretar el carácter de los mexicanos, desde la **fenomenología del relajo** que realiza Jorge Portilla hasta encontrar una posible explicación en la **lucha de clases** de José Revueltas, lo que hizo patente que el tema no había sido agotado como algunos intelectuales lo sugirieron, por el contrario, los conceptos se refrescaron, los ángulos se enriquecieron, las miradas se multiplicaron dejando un debate muy vivo hacia el final del siglo.

Para 1987 Guillermo Bonfil propone una mirada que retoma de alguna manera las ideas que había publicado hacia 1950 Luis Villoro, en el sentido de que la verdadera alma de México no podía encontrarse en la superficie, sino

⁴ Octavio Paz, *El Laberinto de la Soledad*, México, Cátedra, 2001, p. 209.

en lo que Bonfil denomina el **México profundo**, que se contrapone al **México imaginario**, grupo dominante que ha arrastrado al país lejos de sus orígenes en un esfuerzo por occidentalizarlo. Resulta interesante observar esta idea a la luz de lo que despertó la aparición del Ejército Zapatista de Liberación Nacional siete años después de publicado el libro de Bonfil, movimiento que obligó a voltear la mirada a ese México profundo, oculto durante quinientos años y que significó la revisión en muchos sentidos del proyecto de nación que se había fundado sobre la idea europea de progreso desde el siglo XIX.

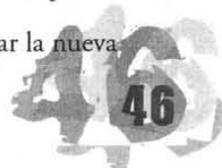
Para Carlos Monsiváis la identidad nacional no es algo que se pueda definir, puesto que resulta un proceso cambiante, para él los intentos que se han hecho al respecto sólo abarcan una parte mínima, aunque la más visible, de México: la cultura urbana, específicamente, la cultura popular. Él propone que se vea a la identidad como un proceso compartido, no sólo como el cúmulo de fechas, nombres, ritos y mitos, para Monsiváis la identidad nacional debe explicarse más bien como la particularización de una condición internacional que permite, terapéuticamente, reducir las lesiones psíquicas, morales, sociales y culturales que resultan de vivir bajo un sistema capitalismo que él califica de 'salvaje'.

Finalmente, y de acuerdo con esa postura revisionista que se observa en las ideas de Monsiváis, el sociólogo Roger Bartra publicó en 1996 su texto definitivo sobre la interpretación del carácter mexicano. Partiendo de una revisión de las ideas que se han generado para explicar la identidad del mexicano, Bartra

toma como figura prototípica al axolote, animal que permanece en un estado de constante adolescencia y que le permite procrear sin llegar a la maduración completa. Así, al proponer este canon, así llamado por Bartra, clausura, desde su punto de vista, el ciclo político de 'lo mexicano' para pasar a nuevas interpretaciones que supongan formas postnacionales de identidad frente a la globalización y apertura, no sólo económica sino también cultural, aunado a la crisis del sistema político mexicano.

El panorama anterior nos permite darnos cuenta de la importancia que ha tenido para los intelectuales explorar y definir rasgos característicos de la identidad mexicana, como una preocupación de primer orden en el camino del desarrollo del país. Si la Revolución Mexicana inaugura un ciclo de pensamiento en torno a la cuestión del ser nacional; el final del sistema político emanado de esa lucha armada parece cerrarlo para permitir el acceso a ideas y preocupaciones diferentes; el tema, sin agotarse, debe transformarse para adecuar la nueva realidad producto de la mundialización de la cultura.

Uno de los caminos que podemos seguir para esta nueva interpretación pasa necesariamente por mirar hacia atrás al desarrollo de los elementos que consideramos clave para constituir la identidad nacional, que por su arraigo en la cultura popular han pasado de la justificación política del Estado a su incorporación a la identidad cultural.





allá de la honestidad o verdadera adopción de las ideas de Clavijero, el redescubrimiento de la historia prehispánica de México permitió vislumbrar la existencia de un México posthispanico con viabilidad histórica, política y cultural. El elemento clave será entonces, de forma general, **el mito fundacional de la Nación**, mismo que empezó a ser adoptado por las capas ilustradas de la población en lo que se convirtió, primero, en un mecanismo de cohesión entre la población criolla y mestiza y, posteriormente, un elemento constitutivo de la identidad nacional.

Si bien a nivel político, la *Historia Antigua de México* redescubrió el pasado indígena de México a los criollos y mestizos, es el mito de la **Virgen de Guadalupe** el que espiritualmente se convirtió en el elemento de identidad nacional más fuerte entre la población. Nuevamente, en el momento en que las clases dirigentes (en este caso, la Iglesia) se dan cuenta de la fuerza que tiene el mito de Guadalupe-Tonantzin entre la población indígena sobreviviente, éste será utilizado para iniciar la culturización de grandes capas de la población; sin embargo, el momento simbólico más importante para convertirse en un elemento de identidad nacional es cuando la imagen se convierte en el estandarte del primer ejército insurgente. Esto contribuyó a hacer más grande la leyenda del

48



ejército de Hidalgo, que al otorgarle grado militar a la imagen justificaba la justicia del movimiento, y por lo tanto lo correcto de buscar la Independencia como nación.

Durante todo el siglo XIX, en el que el país se convulsionó en la búsqueda de su lugar como Nación Independiente, serán estos dos elementos, los que se empezarán a erigir como los dos principales elementos de la identidad nacional, sintetizando una fundación y una religión común⁵. Será hasta el primer tercio del siglo XX en que se incorpora un elemento más con la suficiente fuerza simbólica para apuntalar la identidad nacional: **la Revolución**. Este movimiento significó, no sólo la lucha por el poder, sino también una especie de purga en la que el país se transformó mediante una explosión violenta que duró los primeros treinta años del siglo. Con el control de los gobiernos que siguieron a la lucha armada se empezó un movimiento cultural que, aunque criticado, tuvo fuerte impacto en amplios sectores del país. Ya no sólo se trataba de símbolos contruidos a partir de mitos indígenas, por primera vez había un reflejo (exaltado, sí, pero precisamente por eso efectivo) inmediato de lo que la gente quería ver como expresión nacional: artes plásticas, música, teatro y literatura principalmente sirvieron para elevar a dimensiones épicas el movimiento revolucionario, donde el '*Pueblo*' se alza para combatir el despotismo y encontrar

⁵ No está de más aclarar que el uso generalizado de estos dos elementos no significa, y tampoco significó en ese momento que la población fuera homogénea en sus orígenes y creencias, sin embargo, tanto las clases dirigentes como un buen porcentaje de la población hicieron uso de estos símbolos lo que creó un vínculo sentimental constitutivo de un proceso de identificación.

justicia. Era menos importante que los gobiernos resultantes fueran tanto o más injustos y opresores que aquel que se había vencido que creer firmemente en la idea de que finalmente la Revolución nos haría justicia como Nación. Según la visión que se generó a partir de entonces, no había sido sólo un grupo el que resultaba vencedor después de la masacre, sino el '*Pueblo*' el que había triunfado, lo que le daba legitimidad a la lucha y la convertía en la gran épica que se constituyó en un elemento de la identidad nacional.

Fueron estos tres momentos los que fundamentaron la identidad nacional durante todo el siglo XX, si bien, la manipulación política (sobre todo en el caso del mito de la Revolución) sirvió para legitimar la continuidad en el poder del Partido Revolucionario Institucional (PRI), también es cierto que culturalmente se volvieron paradigmas sobre los que se podían añadir diferentes aspectos del carácter de los mexicanos para justificar una supuesta identidad que abarcara todo el país.

Pero si el sistema político mexicano había soportado su tesis de identidad sobre estos tres elementos, a partir de su ruptura hacia el último tercio del siglo empezó un proceso en el que se hizo cada vez más evidente el uso político que se había hecho por parte de los grupos en el poder, lo que los hizo entrar en una crisis que supuso una crítica severa a su representatividad y a su función como elementos de cohesión (identificación) a nivel nacional.

Para finalizar, podríamos retomar aquellas ideas que afirman que el actual momento histórico refleja una multiplicidad de identidades, todas convivien-



do e interactuando, convirtiendo la identidad nacional en una idea, una noción jurídica o, incluso, una aspiración⁶.



3.3 LAS IMÁGENES SÍMBOLO Y SU RELACIÓN CON LOS MITOS DE LA IDENTIDAD NACIONAL

Los símbolos como constitutivos de la identidad cultural, en su materialización a través de imágenes visuales, son entendidos como algo tangible y concreto, aun cuando su significado trascienda esa imagen. En este capítulo nos referiremos entonces a aquellas imágenes símbolo que, de acuerdo al apartado anterior, se convierten en elementos de identidad nacional. Estas imágenes sustentadoras del símbolo sostienen una relación dinámica con respecto al mito e independientemente de cuál de los dos haya precedido en el tiempo, lo que importa para este trabajo es su interacción y afectación mutua, que permite el enriquecimiento de los mitos y una mayor carga de significado para el símbolo.

En este punto cabe aclarar que aún cuando hemos afirmado que el momento histórico actual ha provocado una crisis en los elementos constitutivos de la identidad nacional, ésta es una etapa inestable, por lo que el análisis es

⁶ Raúl Béjar y Héctor Rosales afirman en ese sentido que: "La identidad mexicana es algo que se posee en el ámbito jurídico, pero que se difracta en su concreción de maneras múltiples e incommensurables. Hay tantas maneras de ser mexicanos como personas que tienen esa nacionalidad o incluso que habiendo optado por otra, siguen manteniendo el deseo y la voluntad de afiliarse, a esa comunidad imaginaria llamada 'México'." (Raúl Béjar y Héctor Rosales, "Los desafíos cognoscitivos de la identidad nacional mexicana" en *La identidad nacional mexicana como problema político y cultural*. Los desafíos de la pluralidad, México, UNAM-CRIM, 2002, p. 30).

pertinente ya que no han surgido elementos que los sustituyan y legitimen un nuevo concepto.



El mito⁷ fundacional prehispánico representa la memoria histórica de la cultura anterior a la conquista española, es decir, la justificación de que existía algo suficientemente representativo de la nacionalidad que sobrevivió al impacto que supuso la Colonia. Es quizás en la imagen del **águila devorando a la serpiente** donde mejor se ubica la permanencia del mito prehispánico como elemento de identidad nacional, sin embargo las imágenes no se circunscriben únicamente a la representación que posteriormente se convertirá en el Escudo Nacional⁸, sino que colores, formas y volúmenes de reminiscencia indígena

⁷ Para la noción de mito retomamos la definición de Arnaldo Córdova quien afirma que el mito es: “una forma de memoria colectiva, un registro del pasado en que se plasma un evento real o imaginario de héroes (también reales o imaginarios) o divinidades que marcan el inicio de una identidad espiritual de una comunidad, un pueblo o una nación, algo o alguien que da sentido y voluntad de vivir a sus integrantes.” (Arnaldo Córdova, “La mitología de la Revolución Mexicana” en *Mitos mexicanos*, México, Taurus, 2001, p. 27). Por su parte, Jean Chevalier menciona en su Diccionario de los símbolos que éste puede entenderse como una representación o dramaturgia de la vida interior o de la historia de los pueblos y así facilitan la percepción de una dimensión poética de la realidad del ser humano (Jean Chevalier, *Diccionario de los símbolos*, España, Herder, 7a edición, 2003, pp. 714-715).

⁸ La definición de escudo se toma de Chevalier: “El escudo es el símbolo del arma pasiva, defensiva, protectora, aunque sea a veces mortífero.[...] El escudo es una representación del universo; como si el guerrero que lo llevara opusiera el cosmos a su adversario y como si los golpes de éste hiriesen mucho más allá del combatiente que se halla ante él y alcanzasen la realidad misma figurada en el escudo” (Jean Chevalier, *ibidem*, p. 467). Mientras que Cirlot lo define como: “Aísla y defiende al que lo usa. Es también un símbolo (como el muro) de la frontera entre la persona y el mundo circundante. En realidad, entre la persona y el adversario, ya que no se concibe fuera del contexto combativo” (Juan Eduardo Cirlot, *op. cit.*, p. 194).

permanecen como memoria colectiva y motivos recurrentes para indicar la pertenencia a lo mexicano, aun cuando la mayoría pertenezca a áreas específicas de Mesoamérica y no exista una relación directa con la población actual.

El segundo gran mito vivido a partir de las imágenes abarca desde las esculturas aztecas representando a **Tonantzin**, pasando por el **sayal de Juan Diego** hasta la parafernalia **kitsch de los altares contemporáneos**. Podríamos decir que gran parte del mito actual reside precisamente en estas materializaciones. Desde el plástico hasta los metales y las piedras preciosas, y más allá de las posiciones socioeconómicas, el mito guadalupano se ha confirmado como la gran imagen de identidad nacional que incluso ha abarcado toda Latinoamérica. Gran parte de su fuerza simbólica reside en el hecho de que se trata de una virgen indigenizada que contrasta con las vírgenes europeas de tez blanca, lo que sintetiza, desde el poder, el carácter mestizo de la población.



Por último, la Revolución Mexicana ascendió a la categoría de mito como la gran épica del pueblo mexicano en buena medida gracias a las imágenes que exaltaron las razones y objetivos primordiales del movimiento. Resulta más que evidente que fueron los muralistas los principales encargados de difundir el ideario revolucionario a través de sus obras monumentales en edificios públicos; pero también el cine (y más adelante las repeticiones televisivas) se convirtió en promotor de primer orden que cimentó las bases de toda una mitología. Son quizás estos dos momentos en la primera mitad del siglo pasado los principales de una serie de interpretaciones superficiales que se dan alrededor de la identidad nacional, ya que a partir de **la difusión de la obra de Rivera y Orozco principalmente**, y de **la importancia de la industria fílmica nacional**, se empezó a ver en México un país cuya población vivía feliz en el campo, montando a caballo con sombrero y traje de charro y donde la única forma de comportamiento aceptada era ser *'bien macho'* y *'no rajarse nunca'*.

A la vista del momento histórico actual resulta complicado entender esta visión del país, sin embargo es evidente que existen residuos de esas interpretaciones, como las imágenes de casi todas las plazas del país cada 15 de septiembre: bigotes falsos, trenzas y sombreros integran una interpretación de la identidad nacional, como si para representar una mexicanidad sólo fuera necesario parecerlo, no importando el hecho de que se trate de construcciones ilusorias de lo que en realidad es la identidad, lo importante en ese momento es la máscara de lo que se ha entendido por identidad nacional.

Para concluir es justo comentar que si bien existen otros mitos que revisten más o menos importancia para la constitución de la identidad nacional, no se han generalizado ni explotado tanto desde el poder ni desde los sectores más amplios de la población, como los tres que hemos mencionado. Su relevancia política para legitimar el sistema los convierte en soportes ideológicos desde el siglo XIX, su importancia reside en que han posibilitado un acuerdo amplio que supone la construcción de una identidad nacional.

Además estos mitos han sido lo suficientemente ricos y cargados de significados como para convertirse además en una presencia continua en la identidad cultural. La profusión de imágenes que se ubican en un lugar privilegiado con respecto a otros mitos locales o cuya temporalidad ha sido agotada y sus significados rebasados u olvidados.

3.4 LOS MITOS NACIONALES EN LAS IMÁGENES VISUALES

Si bien los mitos perviven en la memoria colectiva como elementos recurrentes que explican la epopeya histórica de un pueblo, es en las imágenes visuales donde aparecen con mayor fuerza los rasgos fundamentales o, por lo menos emotivos, que les otorgan validez.

Es rara la ocasión en que la materialización del símbolo y sus mitos aparece aislada, única, por el contrario, se entreteje, diversifica, adhiere, confunde y arregla junto con otros conformando una especie de relato acerca de la identidad nacional y cultural.



El mito del origen indígena de la Nación no se encuentra únicamente en el Escudo Nacional, además integra parte del escenario urbano, donde los basamentos de los antiguos templos y palacios quedan como vestigios de lo que había antes de la llegada de los españoles, aun más, las piedras que se supone fueron extraídas del Templo mayor para construir la Catedral y los primeros edificios civiles novohispanos. El pretexto del origen común en las culturas prehispánicas, supone un excelente para que sus imágenes (gente, objetos, comida, forma de vida) sean consideradas como la misma imagen del país. El uso de **grecas mixtecas, colores vibrantes, palabras de pronunciación imposible, la letra X, los jarritos bellamente decorados, Tizoc, la herbolaria, la comida y la pirámide como tótem sagrado de la identidad nacional, todas ellas imágenes recurrentes del mito.**

Si el mito guadalupano, como describíamos en el apartado anterior, se genera como alternativa a ritos paganos, cuando los mestizos y, principalmente, los criollos adoptan su imagen (arquetipo de la identidad) se generaliza y propaga en reproducciones que incendian el orgullo de saberse partícipes de un poder más allá del terrenal que necesariamente, justifica los sufrimientos y penurias.

El caso guadalupano es indudablemente el más claro ejemplo de cómo las imágenes visuales se vuelven tan importantes como el mito. Aquí, la posesión de la imagen supone adherirse a la causa y volverse parte del mito. La plegaria sin la estampita o la medalla de alpaca al pecho no resulta tan devota y, aun menos, efectiva. **Escapularios, camisetas, tatuajes, bordados, cachuchas, la**

imagen se vuelve la celebración del mito. Poseer la imagen es un acto de fe en dos sentidos, ya que si bien supone la creencia de la santidad, también es el comprobante de que se está ahí, de que se comparte, de que se convive, de que ha acudido a postrarse ante el mítico sayal. Y la foto es igual de importante, reafirma ante los demás y ante uno mismo que se ha estado ahí, que se soportaron inclemencias del tiempo, apretujones, desveladas, pero todo ha valido la pena por la contemplación de la imagen y por la posesión de la imagen que regresa como prueba máxima de la devoción y que se vuelve centro del entorno espiritual de la familia.

Mientras que el origen y el aspecto espiritual de la identidad nacional se basan en mitos con raíces indígenas; la Revolución Mexicana se convierte en el pretexto cívico para encontrarse con la imagen común.

No es sólo el relato de las tomas de ciudades o del plan que cada facción promulgaba e intentaba instaurar como proyecto nacional. **La imagen es la de las noches junto a la fogata, calentado tortillas con chiles y frijoles, mientras se canta algún corrido** (José Alfredo Jiménez y Juan Gabriel como los nuevos juglares) **entonado por el tequila**. Esa será, finalmente, la imagen que queda de la Revolución: **los grandes bigotes, los sombreros de ala ancha, el calzón de manta**. En los filmes de Salvador Toscano se reconoce al revolucionario como personaje, ya no lanzado a una lucha sangrienta por la desesperación, el hambre y la miseria, sino como estampa del rostro nacional. Seguramente ahí nació el grito que es un llamado a la unidad: *¡Viva México, cabrones!*,

porque sólo ahí se comprendería su génesis. Esos hombres, machos que bebían tequila y tenían a su fiel Adelita acompañándole, se convertirán en la representación visual que México empezará a recrear a partir, sobre todo, de la industria filmica en particular, y la del entretenimiento en general. Pasando por el Rancho Grande, a los Olvidados y por Pepe el Toro, todos son hijos de la Revolución; y la canción se acompaña de gritos envalentonados por el tequila que tendrá que convertirse así, y no podía ser de otra manera, en la bebida nacional por excelencia, cuya sola imagen es capaz de convertirse en evocación de tierra, gente y país.

La imagen se recrea, se repite, se emite para poder sobrevivir, si bien el régimen ya no existe, sí existen sus instituciones y sus fiestas cívicas que permiten reconstituir el mito para asegurar su pervivencia.

Los mitos y las imágenes visuales comprenden una simbiosis difícil de separar, se necesitan mutuamente porque ambos se nutren en una convivencia saludable. Atrás quedaron los mitos orales, ahora cree lo que se ve, lo demás son puros cuentos. La posesión de la imagen juega un papel importante en este contexto, puesto que significa apropiarse del mito, hacer con él lo que le plazca, y saberse protegido por él. La imagen supone la economía del mito, permite su intercambio y acumulación y lo convierte así en un factor de cohesión social.

Existen, por supuesto, otros mitos que se han acumulado, pero es evidente que los descritos son los principales por su trascendencia en la cultura y la política y su capacidad de mantenerse vivos y funcionales a lo largo de la historia.

4 COMPILACIÓN DE IMÁGENES VISUALES SIMBÓLICAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO

*H*asta el momento hemos trazado un panorama de los usos simbólicos de la imagen visual, su inserción y papel dentro de la mitología mexicana. Dentro de ese panorama nos hemos referido a los símbolos como entidades que otorgan sentido a la cotidianeidad, que alimentan y generan la cultura y, por ende, consolidan la identidad cultural que se transforma conforme a necesidades y expectativas de la sociedad, entendiéndola como una masa heterogénea de personalidades.

A partir de aquí acotaremos el campo para ubicarnos en un espacio urbano único donde se encuentran múltiples ejemplos de identidad cultural, como espacio compartido, querido y odiado al mismo tiempo: el Centro Histórico de la Ciudad de México, donde se concentra la actividad política, económica y social del país a través de la historia. En él se asientan tanto los poderes de la República como el poder espiritual dominante. Escenario de batallas reales y simbólicas, **el Centro es de todos los mexicanos como el espacio público con mayor protagonismo en el país.**

En esa pequeña área se concentran los símbolos de la identidad nacional, no sólo aquella que resulta de la conquista española, sino también la que confor-

man las migraciones, española, libanesa, judía, alemana y francesa que durante más de quinientos años han elegido al Centro Histórico como el lugar donde es posible, no sólo la expresión, sino, sobre todo, la existencia, entendida en función de la cotidianeidad en un espacio de uso constante que se renueva en su aspecto y su vínculo con las personas, cada una de las cuales transita este escenario con una visión particular sobre él, se carga de sentido cada vez que alguien recorre sus calles. Podemos afirmar que, el Centro Histórico conjuga una multitud de significados, muchas veces en conflicto, que a su vez forma parte importante del ambiente que ahí se genera.

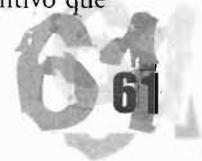
4.1 LA ECOLOGÍA DE LAS IMÁGENES VISUALES EN EL CENTRO HISTÓRICO

Para partir nuestro análisis usaremos el concepto de **Ecología de la Imagen** tal como lo comprende Justo Villafañe al afirmar: “El hombre crea y consume imágenes con una avidez y fruición sin límites”¹ esto es que las imágenes, sobretodo en el espacio urbano, se crean, se hacen y desaparecen en un ciclo cultural interminable, en una -aparente- generación espontánea de la cual el hombre es responsable.

Aquí surge una idea central para este trabajo: las imágenes nos representan a todos, porque todos las generamos, somos partícipes de su ciclo vital de una forma u otra, como productores o consumidores, en ellas estamos todos.

¹ Justo Villafañe, *Introducción a la teoría de la imagen*, Madrid, Pirámide, 2002, p. 47.

Si algo define el ambiente o contexto de las imágenes en el Centro Histórico esto sería, sin lugar a dudas, **el caos y la acumulación**. Caos como semilla germinal de un orden posterior; acumulación como batallas de una guerra por ganar espacio, por determinar la mirada o, simplemente, por estar ahí. El caos es el orden primigenio que, en este caso, anuncia el orden que nunca llega, quizás como una lucha contra la propia naturaleza de esas imágenes, y así, en contra de la propia identidad cultural². Esta acumulación y consecuente anarquía genera un panorama homogéneo donde la distinción y el impacto visual de imponerse se convierten en norma. La homogeneidad tiene que acumular, tragar sin digerir, carece de metabolismo, es pesada, lenta y ubicua. En su apetito insaciable, en su imperiosa necesidad de, no sólo ocultar, sino, destruir aquello que se oponga se convierte en un gigantesco gris, mezcla de contrarios que se anulan mutuamente. Las imágenes se superponen, se atacan y defienden al mismo tiempo, el término *'homogéneo'* pasa de adjetivo a sustantivo que designa lo único que existe.



² Para la noción de Caos se toman las definiciones de Cirlot y Chevalier en sus respectivos Diccionarios de símbolos, donde rescatan las ideas que diferentes mitologías han desarrollado alrededor del caos, coincidiendo principalmente en la concepción de éste como un estado latente que da origen al cosmos y al orden. Según las descripciones de ambos el caos contiene la materia de lo que después será conocido como universo, lo que se contrapone a la idea generalizada del racionalismo occidental que valora al Caos negativamente calificándolo despectivamente como Desorden; mientras que según las cosmogonías ahí retomadas, el Caos contiene en sí mismo toda bondad y maldad. (Juan Eduardo Cirlot, *op. cit.*, p. 117 y Jean Chevalier, *op. cit.*, pp. 247-248.)

Carteles, envolturas, letreros, restos de comida, heces, todo se acumula y se recicla en una marea incontenible y, por qué no decirlo, hasta entrañable por íntimo, porque finalmente representa gustos y aspiraciones, son creaciones culturales propias que se esconden en el gran depósito de nuestros residuos espirituales.

Si el sueño del movimiento muralista era llevar al espacio público las imágenes que representaran el alma nacional cambiando los estereotipos y cánones europeos por otros basados en lo que ellos creían que deberían ser los propios del mexicano, el actual paisaje urbano lo ha logrado y ha enviado los murales a recintos cerrados y reservados para el deleite estético. Ahora la historia popular se encuentra pegada a los muros, sostenida por endeble cintas adhesivas, adherida al suelo, cubierta de lodo, smog y colores sobresaturados. El nuevo muralismo utiliza el marcador de colores, la pintura aerosol y el papel de baja calidad. Esta vanguardia (con lo que le queda de viejo y reaccionario al término) se encuentra en los carteles que anuncian los bailes del barrio, en los rótulos de los negocios que los coreanos y chinos han despojado a los judíos. El caos, el *kitch*, el llamado mal gusto encuentran aquí su nicho, su pared de museo, su curaduría y museografía adecuada: gran exposición interactiva.

En este ambiente permanece todo lo que ha existido en un mismo lugar, lo nuevo, lo viejo, lo moderno, lo posmoderno, lo finisecular y lo nostálgico. Los momentos de la historia descansan y de ahí no salen, esperan las imágenes nuevas que habrán de reemplazar, de contradecir y que a su vez serán superadas por la audacia y oportunismo de las que vendrán.

Las imágenes y el ambiente, en una relación simbiótica, se afectan mutuamente, el cartel, el rótulo, el anuncio y el rayón se transforman en algo distinto al colocarse y afectarse en el contexto; y éste también se alimenta de ello para crear un todo, una gran imagen, que no deja de ser, como lo sostenemos, una simple selección de la realidad, aclarando que el objeto de estudio de este trabajo no es la selección de fotografías que documentan el Centro Histórico, el enfoque es la relación entre ellas y el contexto en que se insertan.

4.2 DOCUMENTACIÓN DE UN RECORRIDO VISUAL POR EL CENTRO HISTÓRICO

La siguiente serie de imágenes documenta de manera general el escenario caótico del Centro Histórico, son de diferentes lugares, épocas y protagonistas, pero demuestran la persistencia de las características descritas anteriormente.

No se trata de ninguna manera de una documentación exhaustiva que agote el encuentro de imágenes, por el contrario, es un panorama general, azaroso; pretende, eso sí, ser cotidiano, guiado por la casualidad y no por la búsqueda.



ACERU
MESONES



2.00
W.L. 2.⁰⁰



SANITARIOS



66

Rep. de Brasil

No está permitido el ejercicio
del comercio ambulante en
este terreno



TAL

ME
AUTO

LE DAN



MEXICANA aeromexico TAESA AVIACSA AA
LINO ADO GL ETN
V. CARRANZA No. 67 Loc. 3 ☎ 518 36 06 / 510 92

67







63





CALLE...
ESO, 5 DE FEBRERO COL. CENTRO
MEXICO, D.F. TEL: 5512-3427

Domingo y

BOTANA GRATIS
FECHA **JUEVES 23-ENC-03**

- 1.- CALDO GALLEGO
- 2.- CODITO A LA CREMA
- 3.- QUESADILLAS DE QUESO

LA PATRIA ES DE TODOS
MEXICO
NO SE VENDE

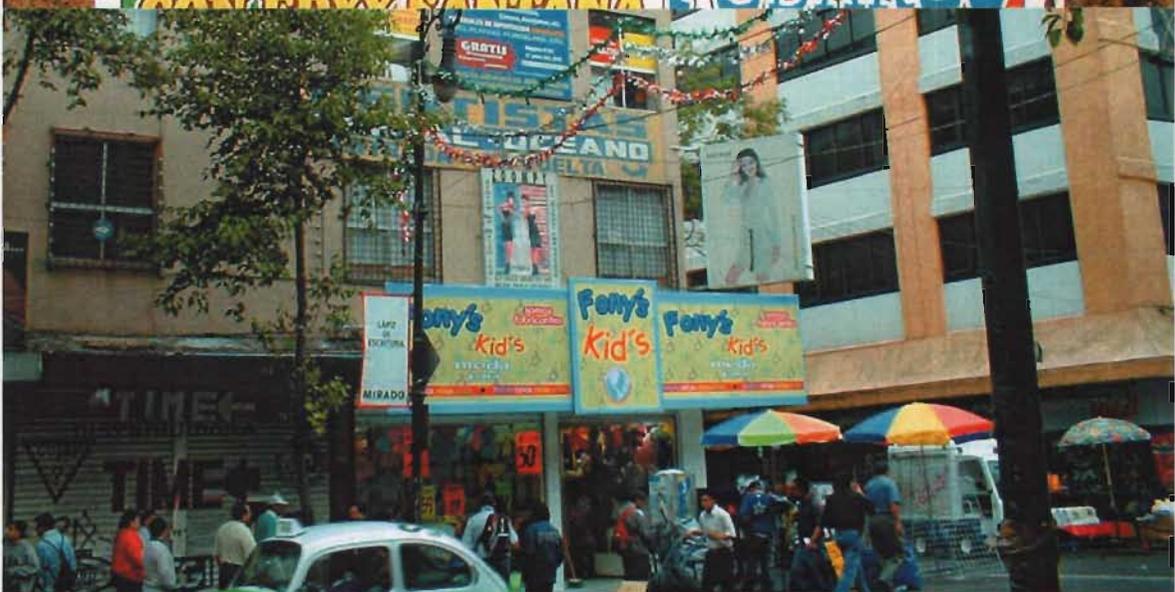
72





73







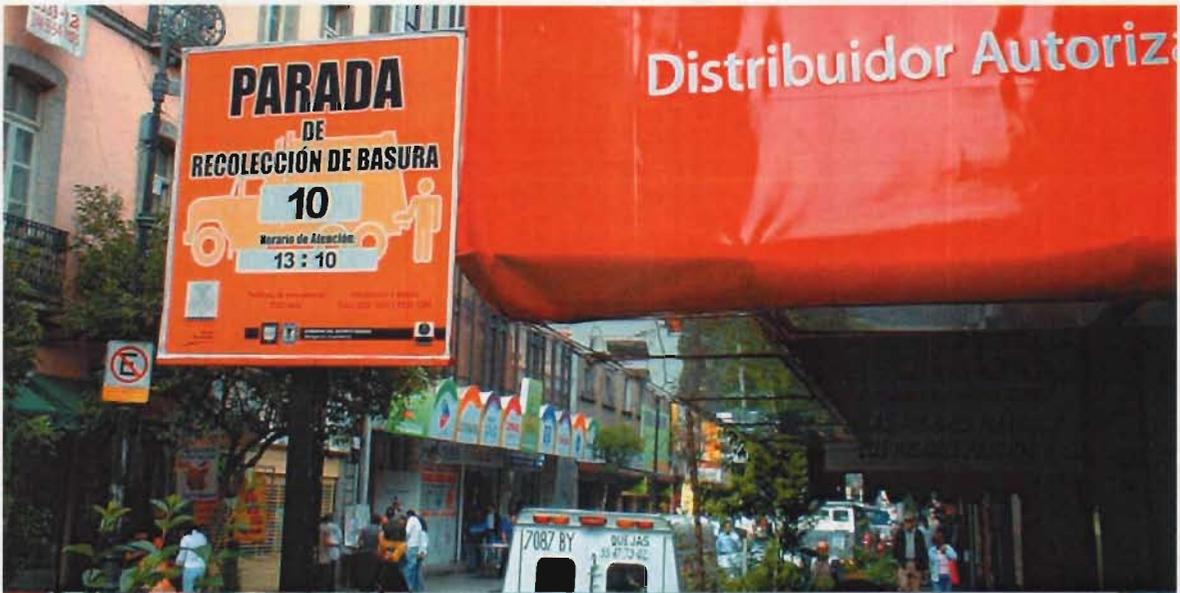
75

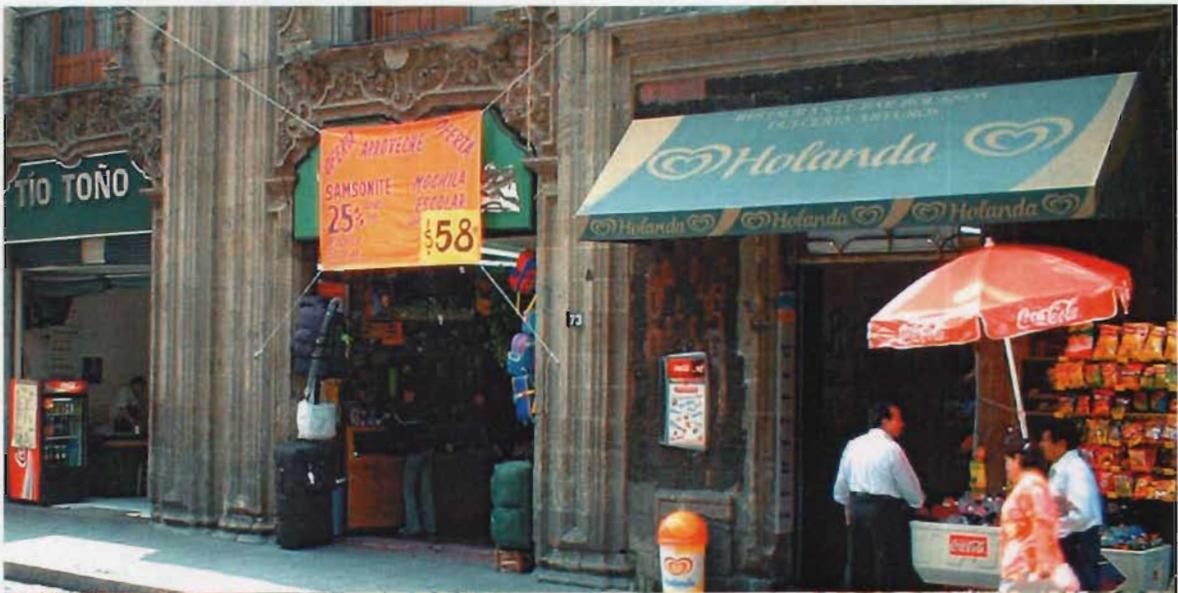


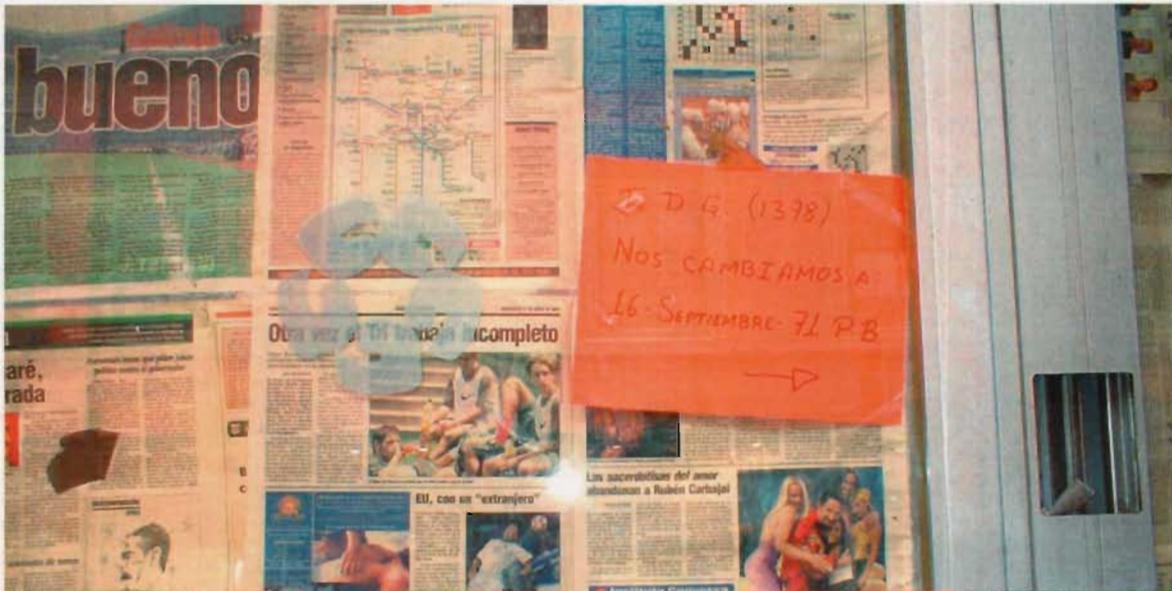
76

DOGS
AS
NE ASADA
S
OS

HAMBURGUESAS
SINCRONIZADAS
ALAMBRES
REFRESCOS
LICUADOS







ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA



A TODOS BUNGUÉS ATA. LOS MEXICANOS

Nadie sabe en el país que no haya sido víctima de un robo, un asalto o una violación a los derechos que lo haya vivido en carne propia.

Estamos en medio de la inseguridad que crece cada día más y más nos atropella.

Como ciudadanos, exigimos a las autoridades: federales, estatales y municipales:

- Que actúen con mayor firmeza y determinación para prevenir la impunidad de los delincuentes y la recuperación de los territorios públicos, importantes de la seguridad de las ciudades del país.
- Que respeten los derechos humanos de todos los mexicanos y la seguridad los recursos humanos necesarios para atender a las necesidades de las obras públicas u otros sectores.
- Que se apruebe la propuesta de la Ley de seguridad pública y justicia penal.
- Que se respeten los derechos humanos que tenemos como víctimas de la delincuencia.

No nos comprometemos a abandonar las demandas de los delitos de justicia penal, económica, social y política.

EDIFICIO
MADERO 20

CIAS SIMILARES
ASMO PERÓ MAS BARATO

75%

EST

FARMACIAS SIMILARES
VENTA-RENTA
EDIFICIO
5202-0032

OPTICA
TURATI

GUESS

?

LIQUIDACION
TOTAL

SWISS MILK 1500
LAPESA 199
CALDA
PLAZA DE DATTA 199

¡GRAN LIQUIDACION!
TODAS LAS PANTALONAS
SABANAS Y COLCHONES \$ 150.00
TODAS LAS PLUMAS
PARA SUEÑO \$ 80.00
TODAS LAS PLUMAS
PARA CABALLEROS \$ 80.00
TODAS LAS SUAVES \$ 110.00
TODAS LAS CAMISAS \$ 100.00





Papel, plástico, piedra, metal, aceite; todos estos materiales se encuentran presentes en las imágenes que podemos clasificar, de acuerdo a su función, de la siguiente manera:

- **Informativas.** Son carteles, señales, letreros cuya intención indica algún espacio, restricción o situación particular.

- **Propagandísticas.** Se trata de letreros y carteles vinculados ideológicamente con algún movimiento político, así, encontramos el cartel electoral, las mantas de protesta o denuncia, etc.

- **Publicitarias.** Son rótulos, carteles y materiales cuya intención es vender un producto o servicio; desde un evento determinado hasta las portadas de revistas colgadas de los puestos de periódicos.

- **Expresivas.** Son aquellas imágenes que en diferentes soportes funcionan como una declaración personal de quien las haya generado.



Esta clasificación encuentra su base teórica en la tipología discursiva de la comunicación gráfica que establece Luz del Carmen Vilchis³ quien propone cinco discursos básicos a los que añade uno más que comprende aquellas manifestaciones donde coexisten dos o más discursos. La clasificación, según la

³ Luz del Carmen Vilchis, *Diseño Universo de conocimiento*, México, UNAM, 1999, pp. 46-53.

función de la imagen que aquí se propone, correspondería con los siguientes discursos: educativo (integra las relaciones de la imagen creada para realizar una comunicación didáctica), propagandístico (integra las relaciones de la imagen con un fin político enfocado en la persuasión o promoción de ideas), publicitario (integra las relaciones de la imagen creada con una finalidad mercantil) y plástico (integra las relaciones de la imagen generada con fines estéticos o lúdicos). Mientras que en esta tipología lo relevante es lo que dice la imagen y en ese sentido cada imagen existe de manera aislada, en la clasificación establecida según su función se parte de esta noción pero queda rebasada por la acción del ambiente. Su intención original se desvanece en la medida en que el tiempo, la acumulación, el tránsito, el medio ambiente y el uso adaptan y adoptan la imagen como escenario, así, se trasciende el significado original y las imágenes se comienzan a convertir en símbolos del caos.

Aún en estas condiciones y bajo la premisa de que no es interés de este trabajo enfocarse en un análisis detallado y profundo de cada imagen, éstas conservan rasgos y esbozos que permiten adentrarse en su construcción y cuya descripción ayudará a comprender su interacción que finalmente se interpreta como el caos que simboliza un rasgo de la identidad cultural.

4.3 LOS CÓDIGOS DE DISEÑO EN LAS IMÁGENES SÍMBOLO

Según Andrea Dondis los elementos constitutivos o morfológicos de una imagen son **el punto, la línea, el contorno, la dirección, el tono, el color, la**

textura, la escala, la dimensión y el movimiento⁴, mientras que para Justo Villafañe serán únicamente **el punto, la línea, el plano, la textura, el color y la forma**⁵. Y de igual forma diferentes teóricos de la imagen han propuesto su clasificación, más o menos similar a la anterior para referirse a la manera en cómo está compuesta cualquier imagen visual sin importar su procedencia, técnica, soporte o formato. Son estos elementos los que integran una composición visual, cualquier selección de la realidad que se convierta en imagen deberá contenerlos en mayor o menor medida, ya que ellos se refieren a características, cualidades y calidades percibidas por los sentidos (la vista como el de mayor importancia en este caso, aunque no el único) y que permiten armar en el cerebro la porción de realidad que se presenta en una imagen.

Sin embargo, la simple descripción de elementos no permite explicar el carácter comunicativo de las imágenes, lo cual resulta relevante si queremos referirnos a ellas como constitutivas de una identidad cultural. Por eso nos resulta útil referirnos a la clasificación de los códigos de diseño como estructuras pertinentes para la construcción de mensajes porque aun cuando estos códigos se explican cuando existe una intencionalidad en la producción de las imágenes, también pueden aplicarse en su lectura, lo que cumple el ciclo de una imagen. Y aunque hemos hecho hincapié en su carácter azaroso, caótico y acumulativo, en su mayoría se trata de imágenes construidas para un propósito comunicativo claro, en el cual influyen además los elementos del entorno que otorgan una personalidad propia que explica la identidad cultural.

⁴ Andrea Dondis, *La sintaxis de la imagen*, México, Gustavo Gili, 2000.

⁵ Justo Villafañe, *op. cit.*, pp. 98-137.

La clasificación de los códigos propuesta por Vilchis⁶ es la siguiente:

Código morfológico, comprende los esquemas formales de la imagen.

Código cromático, comprende los esquemas de color de una imagen.

Código tipográfico, serán los textos, en tanto formas definidas.

Código fotográfico, comprende todas las imágenes fotográficas.

Con estos cuatro códigos es posible entender todas las imágenes que presentamos en el apartado anterior, donde formas, colores, tipografía y fotografías se integran en la composición urbana, recalcando el papel primordial que tiene en este caso el entorno para otorgar un carácter particular a cada una de ellas; es decir, la suciedad adherida por el paso del tiempo, la gente y los automóviles, el desgaste provocado por la lluvia, el viento, el polvo y el tránsito continuo, todo esto modifica la mayoría de las veces el mensaje original y le otorga un sentido adicional para convertir las imágenes en escenario urbano, en un ambiente donde conviven y donde el aislamiento no es posible.

Si establecemos una jerarquía, tendría que ser necesariamente dominada por dos códigos; el tipográfico y cromático. La constante acumulación de imágenes provoca una gran masa, a la que ya antes nos referimos y que genera el

⁶ Ella explica lo siguiente: "La articulación de los diversos códigos de comunicación gráfica genera una estructura en la que los códigos son los elementos constituyentes donde la modificación de uno conllevaría la modificación de otros y la consecuente alteración del sentido en la comunicación" así refiere la interdependencia de los códigos y como, aunque se presentan por separado, deberán considerarse como un conjunto cuya división resulta compleja. Luz del Carmen Vilchis, *op. cit.*, p. 57.

paisaje urbano, donde colores y letras (indivisibles entre sí) se funden creando una mezcla confusa, indefinida, ilimitada. En un nivel menos aparente se encuentran el morfológico, con su desfile de formas regulares e irregulares en diversos materiales superpuestos; y el fotográfico que vemos en los carteles políticos, portadas de revistas, periódicos, etc.

No existe así, una tipografía o color predominantes, como decíamos anteriormente, los contrarios se nulifican entre sí y se confunden creando una visión barroca de lo que supone el espacio del Centro Histórico. Las letras sin adornos del siglo veinte conviven con las de tipo romano y éstas con las caligráficas; mientras que al gris y rojo predominantes de las construcciones se añaden el verde, azul y amarillo en sus diferentes tonalidades llegando al fosforescente.

Si bien las imágenes cumplen su cometido inicial comunicativo, también, en su conjunto, crean una nueva imagen que comunica de los estragos de la modernidad, del desorden, del caos en que se ha convertido la cultura. Las expresiones artísticas se integran a las del comercio en una gran unidad, ni siquiera diferenciada por los nombres de las calles, los edificios o los gremios comerciales (pasando del vendedor ambulante a las grandes tiendas departamentales). Las formas eclesiásticas y civiles de templos y palacios se integran a los colores saturados de las mantas y lonas, a las letras luminosas se le suman las fotografías de mujeres desnudas y rayados adolescentes.

Ese tendrá que ser el mensaje último que articulan los códigos: **la diversidad**; donde las esferas sociales conviven, de la mejor manera que encuentran, en la acumulación. Aquí no importan contrastes o escalas, lo numeroso de las imágenes supera cualquier intención de sobresalir, y si, de vez en cuando aparecen imágenes que pueden llamar más la atención que otras, pronto otras se encargan de ahogar aquéllas. A la sorpresa visual se impone la cotidianidad y lo preciso del calendario de festividades, inauguraciones y grandes temporadas de ofertas.

Para las personas que llegan al Centro Histórico y lo observan por primera vez, el paisaje es sobrecogedor por su complejidad, sin embargo para aquellos que diariamente transitan por él, les resulta familiar y hasta cómodo lo que se observa ahí, porque como se afirmó anteriormente, se trata de una construcción colectiva y nunca, por más que se insista en buscar responsables, resultado de grupo o fuerza social.

Los códigos finalmente nos permiten explicar cómo las imágenes se transforman al contacto con otras que trastocan su sentido original, el cartel deja de ser sólo el vehículo para anunciar un baile o una exposición para convertirse una declaración del espacio, una prueba de la vitalidad del espacio, una capa más que habrá de sumarse a las incontables capas de formas, colores, tipografías y fotografías que conviven en el Centro Histórico. Las señales de tránsito se convierten en soportes para colocar nuevas imágenes; las esculturas ya no son el homenaje oficial a un pasado que se ve como justificación de los abusos



constantes, sino como el personaje, casi de cine mudo, que funciona como punto de referencia en el espacio. Si existe un tipo de imágenes que pueda sobresalir, serán sin lugar a dudas aquellas que identificamos como publicitarias: grandes mantas impresas, letreros cubiertos con plástico y cochambre (en ese orden), rótulos que gritan en la cacofonía visual que es el Centro Histórico.

4.4 IMÁGENES SÍMBOLO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉXICO COMO ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD CULTURAL

Dentro de la acumulación y caos al que nos hemos referido, se esconden los símbolos de la identidad cultural; ya que, en primer lugar queda claro que está determinada por una construcción cotidiana y que se transforma en la medida en que la caprichosa superposición de imágenes va modificando el paisaje urbano.

Aquí vale una aclaración, no es intención de este análisis afirmar que las características descritas sean aplicables a todo el territorio nacional, ni siquiera pretenden ser válidas para toda la ciudad, se trata de la observación de un espacio preciso y acotado. Si bien su personalidad e historia permite hablar del Centro Histórico como el espacio social más importante del país, no es ni debe ser posible tomarlo como el único característico de la identidad cultural mexicana. Por el contrario, si una de sus principales características es la diversidad, esta supone espacios totalmente diferentes, con disposiciones y fenómenos únicos que no aparecen aquí y que, por lo tanto construyen otras identidades.



En el caso del Centro Histórico, los símbolos aparecen a cada momento, las sorpresas, lo hemos dicho, no forman parte de sus características; lo que puede llamar la atención es el hecho de sabernos reflejados, responsables del caos construido día a día.

Tenemos por un lado, los símbolos históricos que explican parcialmente cómo ha sido el recorrido del país; el Templo Mayor con sus basamentos y promesa de un pasado prehispánico glorioso; los palacios e iglesias novohispanos como escenarios de luchas políticas y sociales; los edificios modernos que, con su racionalidad, pretendían establecer un ordenamiento que poco tuvo que hacer frente a la creciente desorganización.

El primer referente del Centro Histórico es la traza rectilínea hecha por los conquistadores poco tiempo después de caída la capital azteca, se aprovecha esa disposición para ordenar la nueva ciudad que habrá de surgir, como modelo del mundo nuevo que querían construir (y explotar, claro) los capitanes españoles. Si bien durante mucho tiempo, y aun en nuestros días, el trazado original se mantiene, empieza a desdibujarse, no sólo en la periferia, sino en las constantes transgresiones que se hacen al espacio con intrusiones comerciales y urbanísticas. Si los primeros esfuerzos de ordenamiento quedan como herencia, serán las generaciones siguientes quienes se encarguen de adaptar el espacio para que resulte más habitable y menos artificial, en el sentido de que debería de lograr más consonancia con la personalidad de quienes a diario hacían uso del lugar, así, queda como un símbolo de los fracasos de la regulación racionalizada frente a lo azaroso y caprichoso de la vida diaria.

Si durante mucho tiempo, ir de compras al Centro suponía una especie de ritual, como una especie de viaje en el tiempo y un esfuerzo por ahorrar los pocos pesos que se ganaban, en la medida en que el comercio informal, los grandes almacenes y las nuevas tiendas tomaron su lugar, aquello termina por convertirse en un gran mercado donde todo se puede conseguir, donde conviven lo tradicional y lo global. Si comer, por ejemplo, era antes una actividad que demandaba la mayor de las atenciones y permitía la perpetuación del núcleo familiar como base de la sociedad, la aparición de los nuevos comercios, el poco tiempo, el constante tránsito lo convierten en el paso apresurado y apretujado para conseguir la Cajita feliz, símbolo de penetración cultural.

En el Centro se encuentran dos de los símbolos económicos más importantes del país, por un lado el Club de Banqueros de México, y, calles más allá, el área de comercio informal, contrabando y piratería por antonomasia de la capital: Tepito. Sus imágenes contrastan y, en ese mismo sentido se complementan. Al letrero de luz de neón se le antepone la identidad corporativa racionalizada en algún despacho de diseño transnacional.

La modelo "*Totalmente Palacio*"⁷ comparte su pasarela y se viste con las telas más absurdas mientras come tacos de canasta, al mismo tiempo la indígena de la Sierra Chiapaneca intenta vender sus artesanías, necesariamente hechas en China.

Estas son las imágenes simbólicas de identidad cultural, hecha a partir de fragmentos, remendada y reinventada en cada esquina. No hay elemento visual

⁷ Esta frase se toma de la campaña publicitaria de una conocida tienda departamental que utiliza la figura de la mujer como representación de un modo de vida frívolo y basado en el consumo que se dirige a los sectores con mayor poder adquisitivo.

que sobre porque entonces será sustituido; lo nuevo y lo viejo, la tradición y la ruptura conviven en un ecosistema que es todo, menos frágil, por el contrario, es pesado, se ha creado a partir de la acumulación de capas culturales que cubren su personalidad y que le han creado una coraza que, paradójicamente y tomando el ejemplo de Octavio Paz dejan al descubierto su verdadero espíritu.

El experimento visual que representa el Centro Histórico es finalmente un reflejo de lo que ha sido y es el país, que intenta adaptar las influencias extranjeras y lo logra mediante su transformación en parte del caos; eso es lo que hace distintivo al Centro Histórico, que lejos de ser una creación artificial y hueca de sentido, se carga con todos los sentidos, todos los significados se encuentran ahí, cada uno puede interpretar ese espacio según haya sido su experiencia y contribución al paisaje. Ahí están los símbolos e imágenes que los soportan, en cada poste, en cada pared, en cada metro cuadrado de las calles; finalmente el espacio se vuelve el símbolo por antonomasia porque absorbe los demás significados, los contiene, los concentra y los expone. Y su imagen/imágenes se convierten entonces en fragmentos de una realidad que nos supera por su vastedad y aquí se confirma lo que afirmamos en el segundo capítulo en el sentido de que el símbolo es inabarcable en su totalidad e incomprensible en su complejidad.

CONCLUSIONES

*L*a idea que le da origen a este trabajo surge de una preocupación personal con respecto a la producción y consumo de las imágenes visuales en México y su relación con el llamado Diseño mexicano.

De inicio, opté por desechar las posturas que parten de una caracterización basada en rasgos deseables o dogmatizantes, es decir, considero que la mejor estrategia es dejar a un lado las utopías y en lugar de eso observar la realidad, aun cuando sea subjetiva y parcial. Me surgió una pregunta fundamental: ¿por qué existe esa necesidad, en países como México, de definir la identidad en los diversos ámbitos de la producción cultural? Si se observa la historia, no sólo de México sino de toda América Latina, nos podremos dar cuenta que, por lo menos desde el siglo XIX, los grandes conflictos han sido producidos por la necesidad de establecer un proyecto que nos diera identidad frente al mundo europeo del que recién nos habíamos independizado. Probablemente se trate de un mecanismo de defensa y búsqueda de autoafirmación frente al trauma de la conquista, quizás sea el paso natural entre la adolescencia y la madurez de las naciones. Así, la explicación y la respuesta la mayoría de las veces están en función de esa comparación con el mundo occidental o con el mundo pre-europeo y en la cual, evidentemente, el balance no ha sido favorable para nuestros países.

Creo, sin embargo, que el camino debe emprenderse en sentido contrario, esto es que en lugar de buscar paradigmas deseables que nos gustaría establecer como costumbre, ya sea en la nostalgia del pasado indígena o en la arrogancia del mundo europeo; debemos mirar hacia dentro y darnos cuenta de cuáles son esos rasgos que ya tenemos, qué es lo que ya nos caracteriza, ver cómo somos en nuestro comportamiento cotidiano. Estoy firmemente convencido que sólo a través de esa introspección será posible que encontremos la punta de la madeja que supone nuestra identidad cultural para que entonces ésta deje de ser una preocupación constante y se asuma como una realidad. Esta introspección nos debe llevar, además, a evitar las valoraciones excesivas, sean positivas o negativas, de nuestros modos de hacer cultura.

De esta manera es que propongo la idea de que **el caos**, como rasgo característico, **es la imagen de identidad cultural**, en concepción que no se pretende única, por el contrario, debe permitir que se añadan diversos elementos, diferentes símbolos que, en su conjunto, permitan armar una postura más acabada sobre la producción de imágenes visuales en México. Creo, para finalizar, que este trabajo es uno de muchos pasos que han dado y se darán para llegar a un punto en que sea posible dejar de preocuparnos por nuestra definición.

BIBLIOGRAFÍA

- Acha, Juan, *Aproximaciones a la identidad Latinoamericana*, México, UAEM/UNAM, 1994.
- Arnheim, Rudolf, *Arte y percepción visual*, México, México, Alianza, 1979.
- Barthes, Roland, *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1997.
- Bartra, Roger, *La jaula de la melancolía*, México, Grijalbo, 1996.
- Béjar, Raúl (coord.), *La identidad nacional mexicana como problema político y cultural. Los desafíos de la pluralidad*, México, UNAM-CRIM, 2002.
- Bermúdez, Jorge R., *Gráfica e identidad nacional*, México, UAM-Xochimilco, 1994.
- Bonfil Batalla, Guillermo (coord.), *Nuevas identidades culturales en México*, México, CONACULTA, 1991.
- Bonsiepe, Gui, *Del objeto a la interfase*, Buenos Aires, Infinito, 1999.
- Cassirer, Ernst, *Filosofía de las formas simbólicas*, México, Fondo de Cultura Económica, 1985.
- Cirlot, Juan Eduardo, *Diccionario de Símbolos*, España, Labor, 5a ed, 1982.
- Chevalier, Jean, *Diccionario de los símbolos*, España, Herder, 7a edición, 2003.
- Cristoffanini, Pablo R. (comp.), *Identidad y Otredad en el mundo de habla hispánica*, México, Universidad de Aalborg/UNAM, 1999.
- Debray, Régis, *Vida y muerte de la imagen, Historia de la mirada en Occidente*, España, Paidós, 1998.



- Echeverría, Bolívar, *Definición de la cultura*, México, UNAM, 2001.
- Eco, Umberto, *Tratado de Semiótica general*, Barcelona, Lumen, 5a edición, 1995.
- Florescano, Enrique, *La Bandera mexicana. Breve historia de su formación y simbolismo*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998.
- Florescano, Enrique (coord.), *Mitos mexicanos*, México, Taurus, 2001.
- Frascara, Jorge, *Diseño gráfico y comunicación*, Buenos Aires, Infinito, 6a edición, 1998.
- Frascara, Jorge, *Diseño gráfico para la gente*, Buenos Aires, Infinito, 2a edición, 2000.
- Frascara, Jorge, *El poder de la imagen, Reflexiones sobre comunicación visual*, Buenos Aires, Infinito, 1999.
- Frost, Elsa Cecilia, *Las categorías de la cultura mexicana*, México, UNAM, 1972.
- García Canclini, Néstor, *Culturas híbridas, Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1989.
- García Canclini, Néstor (coord.), *Cultura y comunicación en la Ciudad de México*, México, Grijalbo/UAM-Iztapalapa, 1998.
- García Canclini, Néstor, *La Globalización imaginada*, Buenos Aires, Paidós, 1999.
- Gleizer Salzman, Marcela, *Identidad, subjetividad y sentido en las sociedades complejas*, México, FLACSO, 1997.
- Gombrich, E.H., *Los usos de las imágenes*, México, Fondo de Cultura Económica, 2003.
- Greimas, Algirdas Julien, *Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Tomos I y II, Madrid, Gredos, 1991.
- Guiraud, Pierre, *La Semiología*, México, Siglo XXI, 24a edición, 1999.



- Heyden, Doris, *México, orígenes de un símbolo*, México, CONACULTA-INAH, 1998.
- Jung, Carl Gustav, *Simbología del espíritu*, México, Fondo de Cultura Económica, 1962.
- Lafaye, Jacques et. al., *México: identidad y cultura nacional*, México, UAM-Xochimilco, 1994.
- Moles, Abraham, *La imagen. Comunicación funcional*, México, Trillas, 2001.
- Prieto Castillo, Daniel, *Diseño y comunicación*, México, Ediciones Coyoacán, 1997.
- Ramos, Samuel, *El perfil del hombre y la cultura en México*, México, Espasa, 2002.
- Roth Seneff, Andrew ed., *El verbo popular*, México, El Colegio de Michoacán/ITESO, 1995.
- Saussure, Ferdinand de , *Curso de lingüística general*, México, Fontamara, 1995.
- Schwanitz, Dietrich, *La Cultura. Todo lo que hay que saber*, México, Taurus, 2004.
- Thompson, John B., *Ideología y cultura moderna*, México, UAM, 2a edición, 1998.
- Valenzuela Arce, José Manuel (coord.), *Decadencia y auge de las identidades. Cultura nacional, identidad cultural y modernización*, México, El Colegio de la Frontera Norte/Plaza y Valdés, 2a edición, 2000.
- Vilches, Lorenzo, *La lectura de la imagen*, España, Paidós, 1984.
- Vilchis, Luz del Carmen, *Diseño, universo de conocimiento*, México, UNAM, 1999.
- Villafañe, Justo, *Introducción a la teoría de la imagen*, Madrid, Pirámide, 2000.
- Vitta, Maurizio, "The meaning of design" en Margolin, Victor, *Design discourse*, Chicago, University of Chicago Press, 9a edición, 1989.
- Welleck, R. y Warren A., *Teoría literaria*, Madrid, Gredos, 1966.

