

Tipeé

DIÁLOGOS
de diseño

Número 4, Año 2021-2022





DIRECTORIO

Juan Ignacio Camargo Nassar
Rector

Daniel Constandse Cortez
Secretario General

Guadalupe Gaytán Aguirre
Directora del IADA

Jesús Meza Vega
Director General de Comunicación Universitaria

Carina Acosta Mendoza
Editora de Tipeé

Tipeé, número 4, Año 2021-2022, es una publicación electrónica anual editada por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, a través del Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte. Av. Del Charro No. 450 norte, Ciudad Juárez, Chihuahua, México. C. P. 32310.
Tel. (656) 688 48 20. www.tipee.com.mx.
Editora: Dra. Carina Acosta Mendoza.

Reserva No. 04-2017-112810180400-203.

Disponible en: erevistas.uacj.mx

La edición, diseño y producción editorial de este documento estuvo a cargo de la Dirección General de Comunicación Universitaria, a través de la Subdirección de Editorial y Publicaciones.

Cuidado editorial: Mayola Renova González
Diseño gráfico: Gerardo Sotelo Castillo
Foto de portada: Christian Pacheco Quijano / Kimbal.com.mx
Corrección: Subdirección de Editorial y Publicaciones

Índice

**Arte y tiempo:**

el valor artístico, histórico y cultural de un reloj de sol en Juan Aldama, Zacatecas

Enrique Reyes Chávez
Roberto García Ibarra
Francisco J. Sánchez Moreno

4

**Violencia simbólica**

contra la mujer. El amor romántico y los arquetipos promovidos por los medios de comunicación masiva

Magdalena Jaime Cepeda

20

**Breve discusión**

de la visualización del marihuano en México y su representación en la fotografía

Rutilio García Pereyra
Héctor F. Servín Romero

35

**El lenguaje**

interdisciplinario en la obra de Oskar Fischinger

Darío D. Aguillón Gutiérrez
Alejandro Pérez Cervantes

49

**Entender el arte**

desde el diseño y viceversa

Carina Acosta Mendoza

59

El arte y tiempo

el valor artístico, histórico
y cultural de un reloj de sol
en Juan Aldama, Zacatecas

Enrique Reyes Chávez¹
Roberto García Ibarra²
Francisco Javier Sánchez Moreno³

¹ Universidad Autónoma de Coahuila (Uadec). Correo: reyes_enrique@uadec.edu.mx

² Universidad Autónoma de Coahuila (Uadec). Correo: garcia.roberto@uadec.edu.mx

³ Universidad Autónoma de Coahuila (Uadec). Correo: javiersanchez@uadec.edu.mx

*Tempus fugit***Resumen**

El ser humano (Dasein) está condicionado, tanto por su origen biológico como por el cultural. Procedemos de la naturaleza que nos vio nacer, pero al cabo de millones de años de evolución poco a poco nos tornamos culturales; así lo atestiguan innumerables productos o creaciones de la naturaleza creativa. Naturaleza y cultura, indisolublemente unidas, permiten un dinamismo creativo, a la vez que permean las obras que evidencian el paso por este mundo del Dasein. Un reloj de sol, testimonio incólume de la creación humana, está instalado en el atrio parroquial de la cabecera municipal de Juan Aldama, Zacatecas, y constituye, a la vez, un testigo sonoro del paso del tiempo, no solo en la historia de los pueblos sino también de las generaciones que ha "visto" pasar a lo largo de lustros, décadas y siglos. Un vestigio del tiempo y de la historia es también, aparte de su expresión artística, un elemento del patrimonio histórico cultural de nuestros pueblos: riqueza nacional. El reloj de sol, en Juan Aldama, es analizado desde la perspectiva antropológica acerca del ser y del tiempo de Martin Heidegger, con la finalidad de resaltar su aportación cultural y su valor artístico, además de reflexionar sobre el binomio ser y tiempo.

Palabras clave: arte; Dasein; patrimonio; ser; tiempo.

Abstract

THE HUMAN BEING (DASEIN) IS CONDITIONED BY HIS BIOLOGICAL and cultural origins. We come from nature that saw us born, but after millions of years of evolution little by little we become cultural as is witnessed by innumerable products or creations of creative nature. Nature and culture, indissolubly linked, allow a creative dynamism while they permeate the works that show Dasein's passage through this world. A sundial, intact testimony of human creation, is installed in the parish atrium of the municipal seat of Juan Aldama, Zacatecas, and constitutes at the same time a sonorous witness of the passage of time not only in the history of the towns, but also of the generations that it has "seen" pass over lustres, decades and centuries. A vestige of time and history is also, apart from its artistic expression, an element of the historical cultural heritage of our towns: national wealth. The sundial, in Juan Aldama, is analyzed from Martin Heidegger's anthropological perspective on being and time with the aim of highlighting its cultural contribution and its artistic value as well as reflecting on the binomial being and time.

Keywords: art; being; Dasein; heritage, time.

Soy vecino de este mundo por un rato y hoy coincide que también tú estás aquí. Coincidencias tan extrañas de la vida,

tantos siglos, tantos mundos, tanto espacio y coincidir.

Canción: *Coincidir*.

Autor: Fernando Delgadillo

Introducción

“TODO GESTARSE HISTÓRICO TRANSCURRE EN EL TIEMPO” (Heidegger, 2002, p. 435), pero también podemos afirmar que todo acontecimiento artístico-cultural acontece en el tiempo. Así, tiempo y arte están indisolublemente unidos al ser, porque ello implica, tanto para el cálculo del tiempo como para la creación artística, una conciencia capaz de medir y crear; gnosis solamente esencial y propia del ser humano. El tiempo nos recuerda también la finitud propia del ser. Un reloj plantado, cimentado, arrojado (como el *da-sein*) o instalado en un lugar común donde la confluencia es la creencia religiosa del ser humano, pues está en un atrio de templo; además, al alcance de la mano de los transeúntes lugareños y ocasionales paseantes nos invita igualmente a su apreciación artística, histórica y cultural.

En la cabecera municipal de Juan Aldama, entre tantas coincidencias, vive uno de sus hijos; bueno, dos, entre muchos: don Rosendo García Pérez, cuyo devenir y confluencia (pues es vecino de este mundo por un rato y esperamos que ese rato perdure por un lapso mucho más amplio) en este espacio y tiempo ha hecho que entreteja estrechos vínculos de vecindad, parentesco y amistad. Él y “Arturillo” se hicieron compadres; entonces cuentan que el primero, en la plenitud de sus sesenta años, un día le expresó al segundo: “compadre, lo único que le pido a la vida es que me deje llegar a los setenta”. Entonces, pasado un año de tal rogativa al tiempo, un día el compadre “Arturillo” se lo encontró y le espetó: “compadre, le quedan nueve años”. Pasado otro lapso más de doce meses, el mismo compadre le recordó: “compadre, le quedan ocho”. Otro tiempo más y de repente la remembranza: “compadre, le quedan siete”. Don Rosendo hoy tiene ochenta y cinco años y ha sobrepasado con creces su petición

al tiempo, pero se nota en su espalda (de todo su ser) que el tiempo ha hecho estragos físicos y ha dejado sus huellas impresas en el devenir de cada cabello blanco debajo de su sombrero y sus múltiples arrugas corporales, que no del alma. El tiempo y sus huellas físicas en nosotros recuerdan la finitud personal como una gesta heroica en un breve lapso de la historia que transitamos como verdaderos guerreros.

Ser y tiempo, entrelazados por un reloj de sol, nos recuerda eso: nuestra finitud y el rápido fluir del tiempo (*tempus fugit*). Pero mientras el fenecer se hace presente, el ser y el tiempo en nuestro propio *Da-sein* está caracterizado por la prisa, los sinsabores, las penalidades y las angustias; pero está matizado también de esperanza, gozos y fatigas. El “reloj de sol”, en Juan Aldama, Zacatecas, ha visto pasar lustros, probablemente siglos, y decenas de generaciones, que quizá se han ilusionado con que el tiempo se detenga en un eterno gozo o momento de felicidad. Tal vez otros han querido precipitarlo para que avance más rápido; otros, más lento... y así, constituyendo la misma contradicción inherente al ser humano en su condición de Ser ahí, en el mundo, resulta que estamos irremediabilmente regidos y condicionados por el tiempo.

IMAGEN 1. Reloj de sol. Juan Aldama, Zacatecas



FUENTE: Reyes (2018).

Campo, tema y objeto de estudio

EL ENUNCIADO DE ESTOS APARTADOS NOS PERMITE CLARIFICAR, en orden jerárquico-didáctico, el proceso para la selección de nuestro objeto de estudio, con la finalidad de precisarlo claramente; alumbrado desde una racionalidad crítica específica, aquella de Martin Heidegger (2002) sobre el Ser y tiempo, y abordarlo desde un proceso metodológico acorde al mismo objeto: el estudio de caso y la auscultación de la información histórica documental; pero al mismo tiempo desde el Cuerpo Académico "Arte Poiesis" (Creación Artística) y desde la especificidad de su Línea de Investigación: Creación, patrimonio y análisis crítico del arte. Por lo tanto, circunscritos a este propósito, pretendemos ahondar, desde el patrimonio y análisis crítico, en una obra curiosamente insertada en un momento concreto del tiempo, pero que paradójicamente se desconoce su ubicación exacta en el tiempo o historia: su fecha de creación.

IMAGEN 2. Reloj de sol (atrio y fachada de templo). Juan Aldama, Zacatecas



FUENTE: Del Hoyo & Pérez Compeán (2015b).

1.1 El campo de la cultura y el arte

EL CAMPO DE LAS ARTES NOS PERMITE DESENTRAÑAR VERDADEROS tesoros escondidos. En un tiempo pasado, específicamente a finales del siglo xix y principios

del xx, las aportaciones artístico-culturales de los pueblos fueron clasificadas en campos diversos. Es decir, desde una discontinuidad entre la civilización europea y los pueblos "salvajes", desdeñando el multiculturalismo y el reconocimiento de las aportaciones artísticas de cada pueblo, además de subrayar las diferencias culturales. Frazer (1981) subraya las diferencias geográficas, lingüísticas, religiosas o políticas. Esto se reflejaba en el orden jerárquico que los museos de aquella época en Europa asignaban a las culturas y, por lo tanto, disponían de espacios distintos para las piezas europeas y las no-europeas (Gallo, 2013). Por ejemplo, dice Gallo que en Viena el emperador Francisco José había inaugurado, entre 1889 y 1891, dos grandes instituciones que reflejaban esta división cultural: el Museo de Historia del Arte y el de Historia Natural, construidos en extremos opuestos de un jardín. En el Museo de Historia del Arte, se exhibían esculturas grecorromanas y egipcias: la museografía presentaba esas culturas como precursoras del Renacimiento italiano y el

barroco austriaco representadas en otras salas del recinto. Del otro lado del jardín, la gran colección de los Habsburgo de objetos mexicanos, peruanos y asiáticos, se exhibía junto con las muestras de minerales, fósiles, meteoritos y otros productos de la historia "natural". La división cultural entre las antigüedades europeas y las no-europeas, se volvió más tajante en 1928 cuando la ciudad inauguró el Museo de Etnología, lugar que fue y sigue siendo el repositorio de las colecciones asiáticas, precolombinas y africanas en

Austria (Gallo, 2013, pp. 280-283). Clasificación por demás arbitraria, porque pretendía legitimar como arte solo aquello perteneciente a la cultura europea.

Una organización museográfica así en la Viena de finales del siglo xix y principios del xx revela una serie de prejuicios culturales: las antigüedades no-europeas no eran consideradas arte y, por lo tanto, los objetos mexicanos, peruanos y chinos fueron relegados al Museo de Arte Natural. Es cierto que con la creación del Museo de Etnografía las antigüedades asiáticas, americanas y africanas fueron reconocidas como productos culturales, pero solo dentro del campo de la etnografía. Si las vasijas griegas y los mármoles romanos pertenecían a la historia del arte, las esculturas aztecas y los textiles incas fueron vistos como creaciones de culturas "primitivas" con un interés meramente antropológico (Gallo, 2013, p. 283).

1.2 El tema del tiempo y el ser ahí

CON BASE EN LA PROPUESTA DE MARTIN HEIDEGGER (2002), sobre el Ser y el tiempo, en primer lugar, se pretende una lectura antropológica del devenir humano en el tiempo; y en segundo lugar, resaltar que el Ser y el tiempo están indisolublemente unidos. Ambas, la lectura antropológica y la indisolubilidad del Ser y el tiempo, están representadas analógicamente en un artefacto artístico, pero que, al mismo tiempo, constituye un patrimonio del mismo devenir humano: el reloj de sol. A este respecto, precisamente el tiempo produce angustia en el ser humano, y esa angustia es la revelación de su auténtica condición, porque al mismo tiempo intenta huir de tal eventualidad finita. En esa temporalidad, en el tiempo de nuestro vivir con los demás, nos impele a tratar de escapar de la banalidad y de la trivialidad; los seres humanos queremos olvidar esa temporalidad que nos va llevando hacia la muerte, hacia ese momento de la posibilidad de lo imposible, es decir, cuando se hace posible lo imposible. Vamos avanzando temporalmente hacia ello, pero queremos ir a otro lado, distraernos, queremos frivolar. Entonces, es cuando Heidegger (2002) exige una toma en consideración auténtica de nuestra temporalidad mortal y eso sería lo que nos daría un destino, que nos levantara de la mediocridad, de la rutina vital contemporánea: encontrarle sentido y significado

al tiempo, y, por lo tanto, a la existencia (Frankl, 1994).

1.3 Objeto de estudio

UN RELOJ DE SOL DESDE SU APORTACIÓN CULTURAL: ARTE Y tiempo. El valor artístico e histórico de un reloj de sol en Juan Aldama, Zacatecas.

1.4 Objetivo

AHONDAR EN EL SIGNIFICADO CULTURAL DEL TIEMPO EN EL DEvenir humano y análisis conceptual del arte, a través del patrimonio histórico de un reloj de sol, con la finalidad de reflexionar sobre el binomio ser y tiempo en la ciudad de Juan Aldama, Zacatecas.

1.5 Justificación

EN LA ACTUALIDAD PERMEA UNA CONCEPCIÓN MULTICULTURAL Y de reconocimiento hacia las aportaciones artístico-culturales de los pueblos. En este contexto multicultural del arte es donde resaltamos la exquisitez de una serie de relojes de sol diseminados a lo largo y ancho del estado de Zacatecas (Del Hoyo, 2015a), y nos centramos en uno: el reloj de sol de Juan Aldama, Zacatecas. Así, estos constituyen toda una contribución artística y patrimonio histórico-cultural, y, al mismo tiempo, la evidencia de una cosmovisión acorde con una época específica en la que el tiempo constituía parte integral del devenir, la observación de la naturaleza, el contacto con el ser ahí o Da-sein, como lo entiende Heidegger (2002), desde la propia interioridad recreativa del ser humano: sin prisas, desde la interacción interna dialogante y la recreación de las obras de la naturaleza y aquellas hechas por el ser humano.

Esta fue la condición natural de nuestros padres y abuelos que, no obstante, la poca disponibilidad de tiempo, encontraban espacios para la observación, la recreación, la fascinación por el entorno y los ciclos estacionales en comparación con la demasiada disponibilidad de tiempo con que hoy contamos gracias a la tecnología, que ha facilitado nuestra vida laboral y ocupacional. Sin embargo, paradójicamente, ante esta mayor disponibilidad de tiempo sobreviene una especie de

aburrimiento, vacuidad y sinsentido en no pocos seres humanos de nuestra contemporaneidad.

2. Arte y tiempo: aparato crítico desde Heidegger

MARTIN HEIDEGGER (2002) ESCRIBIÓ UNO DE LOS LIBROS MÁS importantes del siglo XXI: *El ser y el tiempo*, donde considera que la tarea filosófica más trascendental consistía en reabrir la pregunta sobre el ser. Para ello, desplegó un profundo análisis sobre ese ente capaz de preguntar por el ser. Así, definió su propio pensamiento como el tránsito hacia un pensar ya no metafísico, sino desde y para la existencia (Sabater, 2014). Las claves centrales del pensamiento de Heidegger, compiladas en su obra, que por cierto fue dedicado a la filósofa Hannah Arendt, musa inspiradora para ello, son precisamente sobre el ser, el tiempo, el ente, la metafísica.

2.1 El paso de la metafísica al ser

LA METAFÍSICA, SI BIEN PREGUNTA SOBRE EL SER CONTESTA hablando sobre el ente en general, y es entonces ontología; o del ente supremo, y es entonces teología. En ambos casos no se piensa propiamente del ser. La reflexión, sin embargo, aspira no a abordar al ser en sí mismo con todo lo que ello implica, sino a prepararse para un pensar ya no metafísico, es decir, una renovación radical del pensamiento occidental o una superación del pensamiento metafísico. Para él, el problema de la metafísica, y que se remonta hasta el pensamiento de la filosofía ática, es una confusión entre el ser y el ente. Una cosa es "el ser" y otra cosa, "los entes" que son. El hecho, ese "hay", que es el "ser", es completamente distinto a todos los seres que son. Es decir, el pensamiento ha tratado de fundar los entes en una especie de ente superior que se ha confundido con el ser: Dios, la naturaleza, la sustancia, que también son entes; en cualquier caso, no importa cualquier ser o de los entes reales que señalemos, siempre es un ente en sentido metafísico y nunca es el ser. Entonces hay una diferencia ontológica en el ente y el ser; así, la metafísica se queda con los entes y olvida al ser, lo que lo lleva a magnificar

a los entes y pretender llenar el vacío del ser con esos entes superiores. Incluso, pretende quitar todos los atributos al ser: el ser no es un fundamento, el ser no es un principio; en ocasiones niega al mismo ser y lo equipara a la nada, es decir, como un ser con falta de atributos. Incluso, afirma, como un latido, que ninguno de los seres que existen, por potentes y gigantes que los imaginemos, puede compararse a las preguntas: ¿por qué hay algo y no más bien la nada?, ¿por qué existe?, ¿cómo está ahí?, ¿cómo puede estar ahí? Este es el pensamiento central de este pensador (Sabater, 2014).

Heidegger (2002) interpretó al ser en el mundo de los seres humanos como un habitar poéticamente el mundo. En este contexto de su pensamiento propuso que la filosofía se aproximase decididamente a la poesía como un modo de renovar el olvido de la diferencia entre ser y ente, diferencia ontológica, propia del pensamiento metafísico; que consiste en no confundir al ser con el ente. Pero el único modo de acercarnos a la comprensión del ser, es precisamente a través de uno de los entes. Y esta es la base, el contenido de la obra más importante, más famosa y, quizá, uno de los más grandes escritos del siglo XX: *El ser y el tiempo*.

2.2 Ser y tiempo

Y, ¿CUÁL ES ESE ENTE A TRAVÉS DEL CUAL PODEMOS LLEGAR AL ser? Es el Dasein, dice Heidegger (2002). Que a veces se traduce como "el ser ahí", "el ser arrojado a la existencia", "el ser que no tiene más remedio que ser" o "el ser cuyo destino es ser", y ese ser es el ser humano. El mismo es un ente, pero un ente que problematiza es un ser constantemente y que está de alguna manera vaciándose constantemente de su ser al intentar comprenderlo y aprehenderlo. El Dasein, el ser humano, el ser ahí, es consciente de que brota de la nada, de que viene de la nada y de que está constantemente como flotando en la nada. Entonces eso le produce angustia, y esa angustia es la revelación de nuestra auténtica condición. El tiempo, la temporalidad, nuestro vivir con los demás, nuestro tratar de escapar de la banalidad y de la trivialidad... muchos seres humanos, muchos Dasein, quieren olvidar

esa temporalidad que los va llevando hacia la muerte, hacia ese momento de la posibilidad de lo imposible, es decir, cuando se hace posible lo imposible. Entonces, vamos avanzando temporalmente hacia ello, pero queremos ir hacia otro lado, distraernos, queremos frivolizar. Así, es cuando Heidegger (2002) exige una toma en consideración auténtica de nuestra temporalidad mortal, y eso sería lo que nos daría un destino que nos levantara de la mediocridad, de la rutina vital contemporánea.

Asumir esa temporalidad sin subterfugios ni distracciones, es lo que nos permitiría apropiarnos de un destino que nos salve de la mediocridad, del sinsentido y de la rutina, pues vivimos al amparo de los roles sociales, de lo que se espera que hagamos, pensemos y digamos. Solo excepcionalmente somos auténticos, pues en general nuestra vida se pierde en la inautenticidad. Y es natural que así suceda, porque nuestro propio modo de ser implica asumirnos como radicalmente finitos; aceptar la angustia de no poder cumplir todas las posibilidades que se despliegan ante nosotros. Correr el riesgo de equivocarnos y arrepentirnos, de sentirnos culpables por las elecciones que hemos hecho; en fin, vivir cada momento de nuestra vida ante nuestra mortalidad. La culpa nos hace presente el pasado, tal como nuestro ser hacia la muerte nos hace presente el futuro anticipándolo. Por eso, solo el ser humano es propiamente mortal. Los animales no mueren, sino que apenas cesan. La muerte no es meramente cesar; es la posibilidad vivida de que ya no haya más posibilidades para mí; es la posibilidad de que mi mismo ser sea imposible. Nuestra vida es un "entre" los extremos: la nada del antes y la nada del después, que ya no nos pertenecen (Sabater, 2014).

El análisis de Heidegger (2002) muestra que el ser que somos cada uno de nosotros, se interpreta como esa pura tensión de presente, pasado y futuro que nos constituye. Somos temporalidad; por eso el tiempo se revela como horizonte de comprensión del ser. El ser no es una presencia permanente, como suponía la tradición metafísica occidental, sino advenir o acontecer. Asumir la temporalidad que somos sin esos subterfugios

mencionados, ni distracciones, es lo que nos permitiría apropiarnos realmente de un destino auténtico.

El ser y el tiempo viene a romper con las filosofías basadas en el conocimiento o gnoseológicas. Es un libro existencial donde al ser humano lo llama Da-sain (sain: hombre; da: ahí). Llama al ente humano: Da-sain, Ser-ahí. Es ese ser que está ahí, que está arrojado en el mundo, eyectado hacia el mundo. Con esto, Heidegger (2002) evita por completo el esquema de la Teoría del Conocimiento (Feinmann, 2010), donde solo hay un "sujeto" y un "objeto". El Da-sain de Heidegger no es el sujeto kantiano, es el ser humano existencial, que se angustia, que se muere; el ser para la muerte es el ser humano que puede tener una vida auténtica, una vida inauténtica. Lo original de esta filosofía, en *El ser y el tiempo*, que rompe con todo, es que vuelve a poner la temática de la filosofía en el tema del ser. Así, una de las preguntas que formula en este propósito es: "¿por qué hay algo y no más bien nada?".

Entonces, como hay algo, hay que responder, por eso, de la siguiente manera: lo que hay ahí es ser. Así, lo que la filosofía tiene que hacer es preguntarse por el ser, el Dasein, el ser humano (no el hombre de las grandes filosofías iluministas, como la Ilustración, de la humanitas, sino el ser humano que está arrojado en el mundo). Ese ser se pregunta por el ser. La respuesta que encuentra es que el ser humano olvida al ser para consagrarse al dominio de los entes, es decir, al dominio de las cosas. Nuestra sociedad de hoy no se pregunta por el ser —nadie lo hace—, ha olvidado lo trascendente y se concentra en el dominio de lo cósmico (el mundo lleno de cosas, de entes, donde el hombre se pierde ahí y se olvida de todo).

El Ser-ahí, el Da-sein, ese ser que está en el estado de "arrojado" en el mundo (ya que no hay una conciencia de un sujeto y un objeto), pues dice: somos arrojados a la existencia, al mundo, en estado de eyección, como escupidos en el mundo. Heidegger (2002) no hace una Teoría del Conocimiento, sino un análisis existencial del ser ahí. El ser ahí es el ahí de la pregunta por el ser. Porque el ser ahí se pregunta por el ser: ¿por qué hay ser?

Se pregunta el Ser-ahí, el Da-sein, el ser humano. De esta manera, Ser y tiempo es una antropología existencial, porque dice: "El ser humano es el SER al cual le preocupa su ser" (Feinmann, 2010).

IMAGEN 3. Reloj de sol. Juan Aldama, Zacatecas



2.3 Todo acontecimiento humano histórico transcurre en el tiempo

"COMPRENDEMOS BIEN QUE NUESTRO TIEMPO ES EL DE LOS SERES humanos organizados en sociedades" (Bagú, 1984, p. 104). Así, nuestro desarrollo en la vida no es solo como biología, sino como integración existencial a través de generaciones que abarca también lo biológico como punto inicial: lo que tiene principio y fin. En este inter, el Ser-ahí (Da-sein) se desarrolla a través de una serie de acontecimientos que llamamos humanos, pero que suceden en un momento histórico y que, además, transcurren en el tiempo.

IMAGEN 4. Reloj de sol. Juan Aldama, Zacatecas



FUENTE: Reyes (2018).

2.4 Ser, arte y tiempo

EL ARTE COMO INTERMEDIARIO ENTRE EL DEVENIR ONTOLÓGICO y antropológico del ser humano en el tiempo constituye uno de los misterios más insondables. Es decir, la esencial constitución de la persona humana ha sido una de las preocupaciones de las ciencias a lo largo de la historia, y una de las respuestas a su naturaleza la ha encontrado en las artes y la cultura. Así, aunque descendemos de la naturaleza que nos vio nacer (Morin, 1993) también el ser humano es esencialmente cultural, por lo que ser, arte y tiempo están indisolublemente unidos.

3. La investigación

LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL ES UNA ESTRATEGIA QUE FORMA parte esencial del proceso de investigación científica, como "...un proceso de búsqueda que se realiza en fuentes impresas y electrónicas para recoger información, organizar, describir e inter-

pretar de acuerdo con procedimientos confiables y objetivos, para luego responder interrogantes o proporcionar información sobre cualquier hecho de la realidad” (Gutiérrez, 2015).

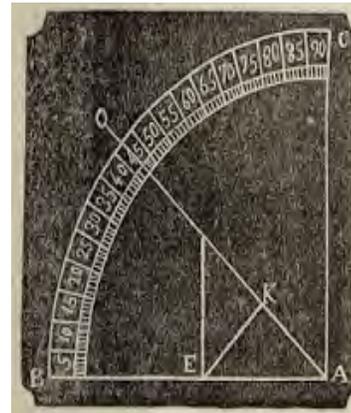
3.1 Historia y conteo del tiempo en los relojes de sol

El cuadrante es el instrumento fundamental y universal sobre el que estriba la construcción de todo género de relojes de sol, tanto horizontales como anulares. Se hace en un cuadro de círculo partido en noventa grados, dividiéndolo primero en tres partes, cada una de estas tres en seis, y cada una en las dieciocho que resultan. Hecho esto, se señalan por los puntos de división los grados de uno en uno, y de cinco en cinco, como se ve en la figura 0. La línea A B representa el horizonte; la línea A C, el círculo vertical que señala el cénit; y la que va de A a O, el perno de la equinoccial y eje del mundo, que está elevado cuarenta y dos grados sobre el horizonte (De Arfe, 1882, p. 8), como referencia, elevación que se va adaptando de acuerdo con el lugar donde se construye un reloj.

3.1.1 Relojes horizontales

PARA SU CONSTRUCCIÓN, SE PONE EN EL CUADRANTE A, B Y C (figura 0) un pie de compás en A y el otro se tiende por el horizonte (A B) lo que se requiere; y suponiendo que se tendió hasta E, esta distancia (A E) es semidiámetro del reloj que se desea. Desde este punto A, se sube una línea (E F) que forme ángulos rectos con A B, la cual se llama línea vertical, y la línea A E se llama línea horizontal. Después, desde el ángulo E, se tira otra línea que cae en ángulos rectos entre F y A, determinando el punto K: esta se llama línea equinoccial (De Arfe, 1882, p. 9). La línea que va de A a O representa el perno.

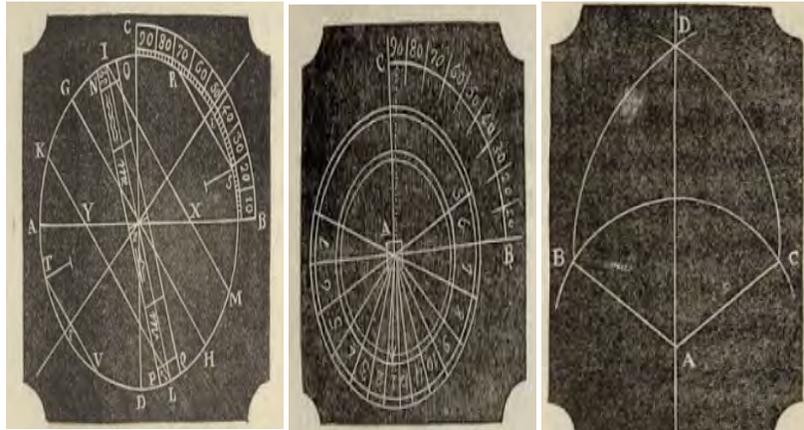
FIGURA 0. Cuadrante para los relojes de sol



FUENTE: De Arfe (1882).

3.1.2 Relojes cilíndricos

PARA FORMAR LOS CILINDROS Y ANULOS ES NECESARIO PONER primero las tablas de las diferentes alturas de polo, o grados, de los lugares donde se pretende erigir el reloj. De estos grados, como se muestra en la figura de la esfera (figura 1), cada uno tenía sesenta minutos (De Arfe, 1882, pp. 13-14). Así dispuestos, el sol se proyecta directamente sobre el perno y la sombra de este sobre los números. También, el cilindro puede contener una incisión con la numeración de las horas y cuando el sol se proyecta sobre los números, este aparece en forma de número emitida sobre una base.

FIGURA 1. Cuadrantes circulares y elípticos para relojes de sol

FUENTE: De Arfe (1882).

3.1.3 Relojes anulares

EN ESTE TIPO DE RELOJES PARA FORMARSE EN ANILLO, SE HACEN también las horas cilíndricas, y para ir sucesivamente se trazan por la tabla de cuarenta y tres grados de altura de polo.

FIGURA 2. Cuadrante paralelo

FUENTE: De Arfe (1882).

Este reloj se hace en una chapa (figura 2), cuyos lados sean paralelos, formando ángulos rectos (A B C D) y todo su largo se divide por el medio con la línea E F. Después, desde los puntos C D como centros, y con la abertura de compás C A o D B, se trazan dos cuadrantes de círculo, los cuales se dividen cada uno en tres partes de círculo; y por las divisiones 1 3 y 2 4, se tiran las líneas, y cada espacio de los tres en los que se han dividido los cuadrantes, se divide en otros tres que hacen en cada uno nueve, y son los noventa grados de cuadrante partidos de diez en diez.

Hecho esto, se abre el compás en la figura desde A hasta F, que es el medio de la sortija, y en este largo se hace la tabla de noventa grados partidos de diez en diez; después, de dos en dos por ser corta la distancia.

IMAGEN 5. Reloj de sol. Juan Aldama, Zacatecas

FUENTE: Reyes (2018).

3.2 Relojes de sol en el estado de Zacatecas

ALGUNOS EJEMPLOS DE TESTIMONIOS PATRIMONIALES QUE EVOCAN la creación humana lo constituye una serie de relojes diseminados en el estado de Zacatecas (Del Hoyo, 2015a).

3.2.1 Reloj de sol del patio de la Rectoría de la uaz, un ejemplo

EL PRESENTE RELOJ SITUADO EN EL PATIO DEL PALACIO DE LA Rectoría de la Universidad Autónoma de Zacatecas (uaz), se toma como muestra complementaria (de una serie de aproximadamente veintiún relojes diseminados en el estado de Zacatecas) del reloj, objeto de nuestro estudio, situado en el atrio del templo de la cabecera municipal de Juan Aldama, Zacatecas.

IMAGEN 6. Reloj de sol del patio del Palacio de la Rectoría de la UAZ



FUENTE: Del Hoyo (2015a).

Este reloj, situado en el Palacio de la Rectoría de la uaz, en forma de cruz, es semejante al que se encuentra en el templo parroquial de Jesús, en la misma ciudad de Zacatecas. Como el de Rectoría, tiene dos caras: la cara sur, visible desde la fachada del templo, corresponde a las estaciones de otoño-invierno, y la posterior (norte), a las de primavera-verano.

IMAGEN 7. Reloj de sol del templo parroquial de Jesús (cara sur)



FUENTE: Del Hoyo (2015a).

IMAGEN 8. Reloj de sol del templo parroquial de Jesús (cara norte)



FUENTE: Del Hoyo (2015a).

3.3 Reloj de sol de Juan Aldama, Zac.

EL RELOJ, ELABORADO ENTRE LA TÉCNICA HORIZONTAL Y ANULAR, se encuentra en el atrio del templo parroquial, cabecera municipal de Juan Aldama, Zacatecas; antes denominado San Juan del Mezquital, por hacer referencia al patrono del lugar y a las características orográficas del espacio, cuya dominancia de la flora es la abundancia de mezquites.

3.3.1 Proceso fundacional del pueblo

EL PROCESO COMPLEJO¹ DE INCULTURACIÓN Y MESTIZAJE EN general, ejercido a través de la conquista, la Colonia, la evangelización y la educación, entre otros medios, fue ejercido por los representantes de esas instituciones o figuras. La evangelización, en concreto para el norte de México, fue realizada por congregaciones muy específicas, entre ellas, los franciscanos y los jesuitas. Respecto a la primera, se precisa que eran franciscanos observantes, es decir, frailes que constituían una rama diferente a la de los franciscanos conventuales, cuya característica distintiva entre ambos era el cumplimiento de la Regla de la Orden. Así,

se sabe que Hernán Cortés pidió a Carlos V el envío de franciscanos observantes para la evangelización de la Nueva España y fue la rama a la que perteneció el famoso grupo de los Doce, encabezado por fray Martín de Valencia (Bernabéu, 1999, p. 61).

De los franciscanos asentados en el poblado de San Juan del Mezquital, actualmente denominado Juan Aldama, con toda seguridad sus miembros, si bien no pertenecían directamente al Grupo de los Doce, sí a la red que esta docena de misioneros extendió a lo largo del Camino Real de Tierra Adentro, deviniendo en una de sus prolijas misiones que se estableció en este poblado. Lugar, por cierto, donde se encuentra una institución educativa católica, conducida por la congregación "Hermandades Franciscanas de la Inmaculada Concepción", que lleva el nombre del guía de los "Doce": Colegio "Fray Martín de Valencia". Es necesario resaltar que esta congregación se presenta como heredera del espíritu franciscano de los colegios apostólicos, que a su vez se remontan al colegio apostólico de Propaganda Fide, en este caso, de Pachuca (cfmv, 2018), tradición de los colegios de Propaganda Fide, erigidos con autoridad pontificia y regia a la vez (Bernabéu, 1999, p. 62) para la época de la Colonia.

En el poblado de Juan Aldama, mucho antes de la llegada de los colonizadores españoles, ya

existían asentamientos de tribus indias en ese lugar; y los puntos donde estaban establecidos eran el cerro de La Pila, cerro del Ojo de Agua y en las orillas del Ojo de Agua, cerro Bolita, La Boquilla o cerca de La Rosetilla. En su mayoría pertenecían a los guachichiles, zacatecos o chichimecas, que estaban extendidos en torno a Nieves, San Miguel y Chalchihuites; también había apaches rayados, laguneros e irritilas, quienes habitaron en las inmediaciones de San José de Reyes del estado de Durango con sus reclamaciones por este lugar (Garduño, 2013-2016, p. 24).

Cita Garduño (2013-2016) que el padre franciscano José Arlegui, en su libro *Crónica de Nuestro Señor Padre San Francisco*, editado en el año de 1737, relata que el duodécimo convento es el de San Juan del Mezquital, que fue erigido en el año de 1584, a donde asisten tres religiosos que administran a los indios y algunas estancias de españoles de sus contornos (p. 27). Las fechas, las crónicas, las personas y los acontecimientos, entre otros elementos del devenir, nos permiten plantearnos la historia como el tiempo del ser en el mundo. El Da-sain, el ser ahí en la historia y en el mundo.

Así, para conformar el contexto histórico y el devenir en el tiempo, debemos mencionar, como complemento, que el santo patrono del lugar es san Juan Bautista. Es probable que esto se deba a que una de las familias que repoblaron el lugar era originaria de San Juan Totolac, estado de Tlaxcala; aunque se veneraba a san Francisco y a la Virgen de la Concepción. También, es posible que lleve el nombre de este patrono en honor a Juan Bautista de Lomas y Colmenares, quien fue dueño de estos lugares y, por ende, lleve el nombre del santo de él; pero también es posible que lleve este nombre, debido a que varios nativos de Sombrerete, Zacatecas, fueron los primeros dueños de tierras en San Juan del Mezquital (Garduño, 2013-2016, p. 25).

3.3.2 Reloj de sol del templo de Juan Aldama

ES MUY PROBABLE QUE EL "RELOJ DE SOL" ANCLADO EN EL atrio de la parroquia de San Juan Bautista haya

¹ El adjetivo "complejo" proviene del latín. La preposición "cum" y "plexus" (es decir, plegar, doblar, entretejer delicadamente).

sido edificado e instalado en la época del asentamiento franciscano. El cronista de la localidad asegura que en la parte superior del “reloj” está inscrita una fecha, que data su probable creación o instalación. Este investigador realizó una minuciosa revisión del aparato tallado en cantera sin encontrar la fecha referida.

IMAGEN 9. Reloj de sol. Juan Aldama, Zacatecas



FUENTE: Reyes (2018).

El reloj está elaborado sobre un cuadrante de cantera, en cuya parte superior se realizó un corte anular (medio anillo o media luna) sobre el cual se instaló la “vara” (virgula) horizontal, plantada sobre otra vertical, dando una forma de “T” para la proyección de la sombra hacia ambos lados producida por los rayos del sol. Está conformado por dos caras: una de ellas orientada hacia la fachada del templo y la otra hacia la vía principal de tránsito. Es una escultura monolítica, que está posada sobre una columna del mismo material, cantera rosada, pero tallada de forma independiente. La parte del reloj orientada hacia la fachada del templo está semiacostada o reclinada parcialmente hacia la base del capitel de la columna; esta cara también está orientada al sur y cuenta con una numeración, cuya característica principal es la

centralidad, en la parte inferior, del número 12. La numeración, en forma anular y leída de izquierda a derecha, está ordenada de la siguiente manera: 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 1, 2, 3, 4, 5, 6. De esta manera, se distribuyen los números desde la centralidad del 12 (con seis números hacia la izquierda y seis números hacia la derecha).

IMAGEN 10. Reloj de sol. Juan Aldama, Zacatecas (cara sur)



FUENTE: Reyes (2018).

IMAGEN 11. Reloj de sol. Juan Aldama, Zacatecas (cara sur: detalle)



FUENTE: Reyes (2018).

La otra cara del reloj, orientada hacia la vía principal de los transeúntes, está dirigida hacia el norte y es la parte visible desde la calle, de donde se puede apreciar la proyección de la sombra de un extremo de la vîrgula horizontal y que también proporciona el conteo de las horas, y, por lo tanto, del tiempo.

IMAGEN 12. Reloj de sol y fachada del templo. Juan Aldama, Zacatecas



FUENTE: Reyes (2018).

La cara norte del reloj de la misma manera cuenta con un sistema de numeración del tiempo o de las horas, pero ordenado en forma inversa en relación con la cara posterior (orientada hacia el sur o hacia la fachada del templo).

IMAGEN 13. Reloj de sol. Juan Aldama, Zacatecas (cara norte)



FUENTE: Reyes (2018).

La numeración de la cara hacia el norte está distribuida de la siguiente manera, conservando siempre la centralidad del número 12: 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 1, 2, 3, 4, 5, 6. Así, de la misma manera están colocados seis números hacia la izquierda y seis números hacia la derecha. En la parte superior del anillo del cuadrante, se encuentra la vara para medir el devenir.

4. Arte, devenir temporal y cultura: análisis crítico

EL ARTE, EL FLUIR DEL TIEMPO (TEMPUS FUGIT) Y LA CULTURA, estrecha y complejamente entrelazados, nos proporcionan paradójicamente las sensaciones de infinitud (nos aferramos naturalmente a la vida) y de finitud, pues poco a poco fenecemos casi sin darnos cuenta, y cuando abrimos los ojos ya somos demasiado viejos para darnos cuenta de que lo único que permanece son las obras de nuestras manos (y de nuestro cerebro): la cultura.

4.1 Lugar del reloj en la cultura

EL TIEMPO INICIA SU EXISTENCIA EN LA CULTURA HUMANA CUANDO COEXISTEN LAS CONDICIONES DE UNA CONCIENCIA CAPAZ DE MEDIRLO. Es decir, la coexistencia de cultura y conciencia. Aunque el ser humano es extremadamente inepto al momento de su nacimiento, pues tienen que pasar muchos años de dependencia en relación con su progenitora, es el único capaz de crear cultura. Lo podemos definir como "animal cultural a prole inepta" (Polizzi, 1998).

Así, para medir el tiempo, que "huye" inexorablemente y se nos va de las manos en un abrir y cerrar de ojos (don Rosendo dixit), construimos instrumentos y nos apropiamos de ellos casi de forma absoluta y angustiante: los relojes. Pero solo para darnos cuenta, posteriormente, de que solo son instrumentos simbólicos.

4.2 Reloj de sol como aportación artística

IMAGEN 14. Reloj de sol. Juan Aldama, Zacatecas (vista hacia el atrio)



FUENTE: Reyes (2018).

Los relojes de sol, específicamente diseminados en el estado de Zacatecas, representan no solo un complejo artefacto para la medición del tiempo o contabilidad del huso horario, sino que son en sí mismos testigos del patrimonio histórico y, por su elaboración arquitectónica, una aportación artístico-cultural en México. Contienen los

estándares para la fabricación de tales instrumentos; a saber, como cuadrante son los instrumentos fundamentales y universales sobre los que estriba la construcción de todo género de relojes de sol, tanto horizontales, anulares o cilíndricos; a su vez, como instalación mural o sobre algún peldaño elaborado para el propósito.

Los vestigios del arte y la cultura recuerdan para la posteridad lo más excelso y creativo de la condición humana. Constituyen, como lo habíamos expresado al inicio, toda una contribución artística y patrimonio histórico-cultural para la apreciación artística, así como la evidencia de una cosmovisión acorde con una época específica que ahora nos ayuda a conocer y entender nuestras raíces y pasado para poder resignificarlos, ya que el tiempo constituye parte integral del devenir, de la memoria y la experiencia contemporánea de "ser ahí"; estar y ser en el mundo.

Conclusión

ESTA APREHENSIÓN DE LA HISTORIA Y "CONCIENCIA DEL TIEMPO" (Heidegger, 2002, p. 294) nos lleva a comprender y tener claridad sobre el arte, la historia y el devenir humano en general como un proceso libre y creativo. Pero, también, el devenir se concretiza en la existencia, que no siempre se interpreta como proceso libre y mucho menos creativo.

Es verdad que Heidegger (2002) interpretó al ser en el mundo de los seres humanos como un habitar poéticamente el mundo. Sin embargo, Kierkegaard llega a expresar, en los albores del existencialismo filosófico, que apenas nacemos y ya somos viejos para morir. Sartre (1946) lo plantea en términos todavía más "pesimistas": somos arrojados como una "náusea", "vomitados". Heidegger (2002) lo esboza desde la pregunta por el ser, y no cualquier ser o ente en general, sino el "Dasein", el que está ahí. Sin embargo, no desdeña los planteamientos de Kierkegaard o Sartre, porque el existir también produce angustia en el Dasein, que es la revelación de nuestra auténtica condición. El tiempo, la temporalidad, nuestro vivir con los demás, nos hace querer escapar del tiem-

po, querer "matar" el tiempo; por eso queremos olvidar esa temporalidad que nos va llevando hacia la muerte. Paradójicamente, esa temporalidad es la que nos permitiría apropiarnos de un destino. El ser ahí nos hace conscientes del presente; la culpa, del pasado; tal como nuestro ser hacia la muerte nos remite hacia el futuro anticipándolo.

El reloj de sol nos recuerda que presente, pasado y futuro nos constituye; pero desde Heidegger (2002) entendemos que el ser no es eterna presencia. El reloj de sol, aparte de recordar nuestra finitud, también nos invita a contemplarnos como creadores de cultura y obras que, no obstante, nuestra efímera presencia por este mundo, permanecen como activos testigos de nuestro patrimonio artístico-cultural, porque el ser humano olvida al ser para consagrarse al dominio de los entes, al dominio y moldeamiento de las cosas, pues inherente a su esencia lo constituye el de ser un eterno buscador, y una de las respuestas a su naturaleza la ha encontrado en las artes y la cultura.

La vida de don Rosendo, en el constante devenir de su espacio y tiempo en San Juan del Mezquital, también nos recuerda que el ser en el mundo de los seres humanos es como un habitar poéticamente el mundo, no obstante, la rigidez del tiempo. Es probable que, sin saberlo o desde una mirada furtiva, cada vez que transita frente al reloj de sol no solo le recuerde su finitud, sino su ser dialogante en el mundo; del ser ahí, no solo ser arrojado, sino vivido con sentido.

Referencias bibliográficas

- Bagú, S. (1984). *Tiempo, realidad social y conocimiento*. Siglo XXI Editores.
- Bernabéu, S. (Coord.). (1999). *Historia, grafía e imágenes de Tierra Adentro*. Nueve ensayos sobre el norte colonial. Archivo Municipal de Saltillo.
- cfmv. (2018). *Hermanas Franciscanas de la Inmaculada Concepción*. Colegio Fray Martín de Valencia. Recuperado el 10 de agosto de 2018, de <http://www.colegiofraymartin.edu.mx/index.php/layout-3/fundacion>
- De Arfe, D. J. (1882). *Manual para construir toda especie de relojes de sol*. Adicionado con un tratado de los relojes de sol horizontales, verticales, laterales, etc. En: M. Sauri (Ed.). <http://tobidelacampa.blogspot.com/2015/03/los-relojes-de-sol-en-la-entidad.html>
- Del Hoyo Calzada, B. (2015a). *Los relojes de sol en la entidad zacatecana*. <http://tobidelacampa.blogspot.com/2015/03/los-relojes-de-sol-en-la-entidad.html>
- . (2015b). *El reloj de sol de Juan Aldama, Zac*. *Los relojes de sol en la entidad zacatecana*. <http://tobidelacampa.blogspot.com/2015/03/el-reloj-de-sol-de-juan-aldama-zac.html>
- Feinmann, J. P. (2010). *Encuentro 1: Heidegger, Ser y tiempo. ¿Por qué Heidegger es el filósofo más importante del siglo xx? Programa Filosofía Aquí y Ahora, 2.ª Temporada*, realizado por José Pablo Feinmann en Canal Encuentro del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Argentina. <https://www.youtube.com/watch?v=xWX1j-neb3Kw>
- Frankl, V. E. (1994). *La voluntad de sentido*. Conferencias escogidas sobre logoterapia. Herder.
- Frazer, J. G. (1981). *La rama dorada*. Magia y religión. Fondo de Cultura Económica.
- Gallo, R. (2013). *Freud en México*. Historia de un delirio. Fondo de Cultura Económica.
- Garduño Galván, M. (2013-2016). *Monografía del municipio de Juan Aldama*. Su historia y sus raíces (San Juan del Mezquital).
- Gutiérrez M., C. (2015). *La investigación documental*. 11 módulos (Documentos de trabajo). upn.
- Heidegger, M. (2002). *El ser y el tiempo*. Fondo de Cultura Económica.
- Husserl, E. (1962). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. Fondo de Cultura Económica.
- Morin, E. (1993). *El paradigma perdido*. Ensayo de bioantropología. Kairós.
- Polizzi, V. (1998). *L'identità dell' homo sapiens*. Parte II: Psicopatología generale. las.
- Reyes, E. (2018). *Acervo fotográfico*. eap-Uadec.
- Sabater, F. (2014). *Cap. 23. Heidegger. La aventura del pensamiento*. <https://www.youtube.com/watch?v=gYnP7ALGl8A>
- Sartre, J. P. (1946). *El ser y la nada*. Ensayo de ontología fenomenológica. Ibero-Americana.

Violencia simbólica contra la mujer.

El amor romántico
y los arquetipos promovidos
por los medios
de comunicación masiva

Magdalena Jaime Cepeda

Resumen

El objetivo del estudio fue identificar la forma en la que la violencia simbólica contra la mujer es promovida a través de los medios de comunicación masiva, encontrando que sigue siendo la misma desde los años cuarenta del siglo pasado, ya que los estereotipos presentes en los medios de comunicación continúan presentando a la mujer al servicio del hombre. Los medios persisten en fortalecer la idea del amor romántico y, como parte de él, se enaltece la protección que el hombre debe ofrecer a la mujer, tanto que se considera un acto heroico. Sacrificarse por amor es un acto esperado y justificado, así como las escenas de celos. Los medios que más promueven la violencia simbólica contra la mujer son la televisión y el cine.

Calderone (2004) recuerda que Bourdieu, respecto a la violencia simbólica, mencionó que la forma paradigmática de esta es el fenómeno de la dominación masculina, que lejos de ser solo una violencia ejercida por los hombres sobre las mujeres, es un complejo proceso de dominación que afecta a los agentes sin distinción de géneros. Es posible encontrar formas y fenómenos de violencia y dominación simbólicas en los más diversos acontecimientos sociales y culturales: esfera del lenguaje; ámbito educativo; múltiples clasificaciones sociales, etcétera. Los medios de comunicación masiva modernos son productores de la información en los casos de violencia contra las

mujeres y realmente producen elementos de violencia de tipo simbólico respecto al rol femenino, o sea, inciden en la producción de una “violencia simbólica” contra las mujeres, perceptible en la presencia/ausencia de estas y de sus imágenes en los medios de comunicación (Radl, 2011).

El estudio es de tipo documental teniendo como principales fuentes: libros, ensayos, canciones, audios, programas de televisión, etcétera; y argumentativo, ya que con base en las fuentes de información, se da respuesta a las interrogantes de la investigación.

Palabras clave: arquetipos; estereotipos; medios de comunicación; mitos del amor romántico; patriarcado; violencia de género.

1. Introducción

La proliferación de los mitos del discurso del amor romántico parece ser una de las justificaciones más comunes para permitir actitudes que forman parte de la violencia de género. Las redes sociales como medio de comunicación son cómplices e influyentes de esta violencia. El dominio que tienen los medios de comunicación en la promoción de arquetipos, así como en la proliferación y fortalecimiento de estereotipos que afectan principalmente a la mujer, ha sido constante en la publicidad desde los años cuarenta del siglo pasado. Al analizar la imagen que se ha promovido

de la mujer en la publicidad, es posible identificar los principales factores involucrados en la promoción de la cultura de violencia en su contra.

Lomas (2005) hace referencia a la frecuencia con que es posible escuchar que en los distintos medios de comunicación, se hable de violencia de género, que principalmente es violencia masculina, razón por la cual considera que el tema forma parte de la agenda política de los Estados en los que diariamente se observan intentos por llevar a cabo acciones a favor de la igualdad entre mujeres y hombres. La violencia de género va en aumento y para combatirla, se han generado infinidad de campañas que parecen no ser tan efectivas, lo que probablemente se deba a que los mensajes están diseñados principalmente para denunciar el problema, pero no para provocar un cambio cultural y una reflexión en la que el hombre comprenda las consecuencias de las condiciones ideológicas con las que ha crecido. Pocas campañas apelan a la conciencia de mujeres y hombres. Pocas se preocupan —y ocupan— sobre la necesidad real que tenemos de incidir en la educación emocional de la niñez y adolescencia de los hombres para impactarlos significativamente y buscar una redefinición sobre lo que significa ser hombre, ser masculino, ser macho. Lomas (2005) sugiere que, en vez de definir su masculinidad en oposición a las mujeres, los hombres deberían ser conscientes de la desigual e injusta distribución de tareas, y de poder, que les han sido asignadas a lo largo del tiempo en el ámbito privado, familiar y público, y renunciar a seguir disfrutando de los privilegios del patriarcado. Considera que los hombres deben implicarse en la búsqueda de modelos éticos alternativos a la masculinidad hegemónica y en la igualdad entre los sexos, en la ética del cuidado de las personas, en la equidad doméstica y familiar, en la esperanza de contribuir así a la construcción de una sociedad más justa y solidaria entre hombres y mujeres. De inicio la propuesta anterior es interesante y noble, sin embargo, es complicado que esto pueda darse solo o por mera iniciativa si no le es significativo a los varones y si las mujeres no se involucran para contribuir a esa concientización, pero de una manera

distinta, en la que no se victimicen y solo los señalen, porque de otra forma será difícil que, por un lado, los hombres renuncien a esa aparente comodidad y beneficios que les otorga el hecho de ser hombres, y por otro, existe evidencia de cómo intentos nobles, auténticos y realistas pueden solo tomarse a broma o no ser significativos.

En el presente trabajo de investigación, se da un seguimiento a la construcción de arquetipos masculinos a partir de la proliferación de estereotipos atribuidos al hombre en los medios de comunicación masiva, a través de una violencia simbólica promovida principalmente en películas, novelas y publicidad. Se analiza el impacto que dicha situación provoca y su relación con la violencia hacia la mujer.

II. Contexto

LAS MUJERES REPRESENTAN MÁS DEL 50% DE LA POBLACIÓN Y la violencia contra estas ha aumentado. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas (ONU), 35 % de las mujeres de todo el mundo han sufrido violencia física o sexual. Algunos estudios nacionales demuestran que 70 % de las mujeres han experimentado violencia física o sexual durante su vida (OMS, 2013). El Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (2015) asegura que menos del 40 % de las mujeres que son agredidas buscan algún tipo de ayuda y solo recurren a la familia y amistades, ya que no confían en las instituciones. Blanco (2014) afirma que estamos asistiendo a un repunte de la violencia de género contra las mujeres y, en especial, entre las más jóvenes. Comenta que, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), la violencia contra las mujeres es una de las principales causas de muerte entre mujeres de 15 a 44 años en todo el mundo. Los agresores en su mayoría son hombres con los que tienen una relación íntima. Este problema es tan grave que las mujeres tienen más riesgo de ser violadas o maltratadas en casa que de sufrir cáncer, malaria, un accidente de coche o una guerra. Hay estudios que afirman que un hombre tiene tres veces más

posibilidades de cometer actos de violencia física cuando vio a su padre pegarle a su madre durante la infancia.

2.1 Contexto problemático

Las manifestaciones de violencia de género más notorias son las producidas en la utilización del espacio público y comprenden, entre otros tipos, violación, abuso sexual, intimidación, trata de personas, prostitución forzada; relaciones violentas generadas en calles, plazas, lugares de reunión, recreación y demás espacios comunes que las mujeres de 15 años y más han experimentado a lo largo de su vida.

De acuerdo con la Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (Endireh) (2011), 86.5 % de las mujeres sufrieron intimidación en el espacio comunitario, escenario donde, a nivel nacional, 31.8 % de las mujeres de 15 años y más han sido víctimas de alguna agresión pública (aunque no sea en forma cotidiana). En el caso particular de Coahuila de Zaragoza, 24.7 % de las mujeres mayores de 14 años fueron víctimas de agresión en espacios públicos, 90.1 % sufrieron intimidación, 26.3 % fueron abusadas sexualmente y 9.2 % fueron agredidas físicamente (Inegi, 2015). De acuerdo con la Endireh (2011), el estado de Coahuila de Zaragoza registró que 251 334 mujeres sufrieron alguna clase de violencia en la calle; asimismo, 24.7 % de las mujeres coahuilenses fueron violentadas en espacios comunitarios, cifra inferior a la registrada en el ámbito nacional, que es de 31.8 %. Los tres principales agresores de mujeres en los espacios comunitarios fueron identificados por ellas como desconocidos, vecinos y amigos o conocidos. En Coahuila el tipo de agresor reportado más frecuentemente son personas desconocidas; en 89.1 % de los casos, las mujeres fueron violentadas por extraños en lugares de uso común (Inegi, 2015).

En el país, 6 de cada 100 casos de agresión sexual que se cometen llegan a ser denunciados. En 2017 se registraron 4395 casos de violencia sexual, lo que representa un incremento de 8.2 % respecto a los 4062 casos del primer bimestre de

2016; estas cifras corresponden únicamente a los casos que se denuncian en las agencias del Ministerio Público (Inegi), ya que cerca del 95 % de los delitos sexuales ni siquiera se denuncian, pues se quedan en la llamada "cifra negra".

Resultados

PARA ESTE ESTUDIO SE LLEVÓ A CABO UN ANÁLISIS EN LA TEORÍA y estudios relacionados con la violencia simbólica, cuyo análisis se sintetiza a continuación, a partir del planteamiento de cinco preguntas de investigación:

1. ¿De qué forma es promovida la violencia simbólica contra la mujer a través de los medios de comunicación masiva?

Verdú (2018) afirma que la difusión masiva de una imagen de la feminidad basada en la asociación de mujeres y sexualidad mantiene un imaginario social útil para justificar la no-consideración de las mujeres como sujetos de derecho en una época en la que no es posible emplear aparatos institucionales para dicha causa sin cuestionamientos. La autora menciona que la reducción sexual de las mujeres aparece como forma de emancipación femenina en una época en la que la belleza, se ha convertido en uno de los principales recursos económicos que aumenta nuestro capital humano (Ríos, 178).

La objetificación de las mujeres está dentro de la categoría indirecta, desde el punto de vista cultural, ya que se ha hecho a la mujer cumplir roles en los que se le quita su calidad de ser humano, siendo vista como reproductora, un logro de su esposo, la perfecta ama de casa, entre otros designios (Franco, 2017). Lo cierto es que los medios de comunicación siguen manteniendo tendencias que forman parte de la violencia cultural y simbólica contra las mujeres que la normativa internacional denuncia. Esta violencia, en su forma más sutil, se mantiene en fenómenos como la estereotipación rígida de lo femenino o la invisibilización de los logros y aportaciones de las mujeres en el mundo actual. Esta falta de referentes

positivos, se da particularmente en un escenario simbólico que asigna el poder a lo masculino, por lo que refuerza las relaciones desiguales entre los géneros e impide elaborar estrategias de prevención de la violencia contra las mujeres (Verdú & Briones, 2016).

De acuerdo con Corsi (2003, pp. 47-62; citado por Franco, 2017), la violencia está normalizada. Este autor menciona en su libro *Violencias sociales*, que existe un proceso de desconocimiento de la violencia compuesto por cuatro elementos: invisibilización, naturalización, insensibilización y encubrimiento. Dice que los medios de comunicación masiva promueven la insensibilización, ya que el alto grado de contenidos violentos en la televisión genera acostumbamiento y una gran demanda, incide en perspectivas sociales y crea una indiferencia a los crímenes “menores”, en donde la objetificación no es ninguna problemática.

Y es que, de acuerdo con Verdú (2018), la carga sexual de la feminidad se ha contemplado, incluso, como un activo explotable en términos económicos, siendo vista desde el concepto de “capital erótico” como ventaja comparativa de las mujeres sobre los hombres; interpretación que no se sostiene desde el feminismo, ya que no cuestiona la relación de este hecho con la industria de la pornografía o la prostitución, ni con los efectos que produce en términos de desigualdad social para las mujeres. De hecho, la centralidad de las representaciones simbólicas del género difundidas por los medios de comunicación en este contexto lleva a Ana de Miguel a manejar el concepto de “liberación cognitiva” (haciendo referencia a MacAdam), término con el que destaca la necesidad de deslegitimar también dentro de nuestros esquemas de pensamiento el axioma de la inferioridad de las mujeres.

Al margen del discurso específico de las producciones masculinas o femeninas, Verdú y Briones (2016), siguiendo a López Díez (2005), comentan que partimos en general de un discurso androcéntrico que en los medios de comunicación adquiere una especial relevancia por varios motivos: la industria de la comunicación favorece las representaciones tradicionales de las relacio-

nes de género estimulando la dependencia femenina, pero al mismo tiempo discrimina las visiones no-complacientes con el *statu quo*, lo que redundará en un déficit de libertad de expresión y del desarrollo de la personalidad de las mujeres.

Continuando con estos argumentos, la violencia simbólica contra las mujeres en los medios de comunicación no solo expresa la forma en la que el pensamiento patriarcal contemporáneo se repropia simbólicamente de lo femenino, sino que, además, tiene un impacto directo en la expresión de malestar femenino respecto a aspectos como la autoimagen, la autoestima, la autonomía o la salud en general, así como en la pervivencia de la violencia de género (Verdú, 2018).

2. ¿Cuáles son los medios de comunicación masiva que promueven principalmente la violencia simbólica contra la mujer?

Serrano-Barquín y Ruiz (2013) señalan que la violencia simbólica se practica en complicidad entre el agresor y el agredido, que es una contradicción, ya que se ejerce sin coacción física utilizando diversas formas simbólicas, pues al desenvolverse en un determinado mundo social el individuo acepta inconscientemente, sin mediar persuasión evidente, ya que esto constituye un “habitus” aceptado e interiorizado que no se cuestiona, debido a que las instituciones estatales y jurídicas contribuyen a eternizar la subordinación (Bourdieu, 2000).

Los medios de comunicación modernos, de acuerdo con Radl (2011), no solo son reproductores de la información en los casos de violencia contra las mujeres, sino que realmente producen elementos de violencia; eso sí, de tipo simbólico respecto al rol del género femenino, o sea, en la presencia/ausencia de estas y de sus imágenes en los medios de comunicación de masas modernos. El papel de la esposa y madre perfecta que arrastraba a las mujeres a una insatisfacción con ellas mismas provocó que las mujeres se levantaran para poner fin a las injusticias laborales y a la imagen falsa de la mujer promovida en los medios de comunicación (Franco, 2017).

Para Verdú y Briones (2016), siguiendo a Teresa de Lauretis (1989), el cine, las revistas femininas o masculinas y la publicidad forman parte de las “tecnologías de género”, que perpetúan la desigualdad de poder a través de representaciones estereotipadas y discursos androcéntricos. Las imágenes de las mujeres que transmiten los estereotipos de género en los medios de comunicación suelen enmarcar la experiencia femenina en lo doméstico, ligada al cuerpo por el mandato de belleza y alejada del poder, además de estar afectadas por una sobrerrepresentación de la mujer como víctima que refuerza todavía más una imagen femenina “desempoderada” (López Díez, 2005, p. 5). Específicamente, las imágenes publicitarias inciden en una representación discriminatoria al construir una idea en torno a lo femenino y lo masculino de forma asimétrica, sexista y subordinante, fortaleciendo una representación simbólica de los géneros, a partir de las asociaciones clásicas de la actividad, la creatividad y la autoridad con lo masculino, y la pasividad y el cuidado con lo femenino. De este modo, la publicidad tiende a perpetuar estereotipos negativos, como el de la debilidad de las mujeres o la victimización de la condición femenina, y con todo ello se contribuye a la pervivencia de la jerarquía social entre ambos sexos (López & Bernard, 2007, pp. 213-217). Aunque las mujeres individuales tienen cada vez mayor presencia en los medios, esta siempre es menor que su participación real en la vida social (Verdú & Briones, 2016).

De acuerdo con el estudio que realizó Franco (2017), tomando como muestra algunos comerciales de la cadena Televisa, encontró contenidos violentos gracias a los cuales pudo determinar que en la publicidad de alimentos y productos de higiene femenina es donde se muestra con mayor frecuencia la objetificación de la mujer. También, encontró que los programas de entretenimiento de esta televisora tenían un alto grado de objetificación, ya que las mujeres con vestidos cortos recibían comentarios sexistas sobre ellos. En programas deportivos, como *La Jugada*, muchas veces salían mujeres con vestidos cortos y escotados, caminando hacia el foro, cuando la cámara

mostraba en segundo plano solo su cuerpo o lo enfocaba, empezando por las piernas y subiendo, haciendo referencias sexuales con comentarios como “ahí le dejo a esta muchachona para que me lo cuide”.

Serrano-Barquín y Ruiz (2013) comentan que el mismo Bourdieu (2000), se asombra de la sumisión paradójica ante la dominación masculina que se ha impuesto y soportado como relaciones de dominación del orden establecido históricamente, que él denomina violencia simbólica... violencia amortiguada, insensible e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento o, más exactamente, del desconocimiento, del reconocimiento o, en último término, del sentimiento (p. 12). Dominación que se reproduce, aseguran Serrano-Barquín y Ruiz (2013), mediante las relaciones de fuerza materiales y simbólicas que se ejercen en el hogar, pero que se perpetúan fuera de este espacio en instituciones como la Iglesia, la escuela o el Estado y que ahora se magnifican con el uso de internet.

García (2019) manifiesta que el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) tiene un sesgo de género, que afecta distinto a chicas que a chicos, ya que para ellos el ser grabados en estado de ebriedad o en poses promiscuas no afecta su reputación y en todo caso suelen considerarlo divertido y un indicador de su papel protagonista en la fiesta; pero, para ellas, si esto ocurre, la imagen que proyectarán dentro del mismo grupo en las mismas circunstancias será negativa y peyorativa. Blanco (2014) menciona que internet ha rediseñado las relaciones sociales, ha diluido las fronteras físicas, culturales y sociales, y constituye en sí mismo el nuevo medio de comunicación. Las redes sociales —como medio de comunicación por experiencia— se han convertido en el vehículo perfecto para la difusión de estereotipos sexistas.

La globalización y el avance en la ciencia y la tecnología están generando formas inéditas de convivencia, en especial a través de las TIC, particularmente de internet, tal como lo señala Loyola

(2006). Este espacio de comunicación está revolucionando la cotidianidad y las posibilidades de desarrollo de las comunidades, pero también se presenta como un “espacio alternativo para comportamientos violentos que al igual que en la sociedad, se reproducen y se aprenden, se sufren y se experimentan, dentro de lo que se ha denominado la ciber sociedad” (Serrano & Morales, 2012, p. 13).

De acuerdo con Flores (2017), hoy en día los mecanismos de control y las situaciones violentas o intimidatorias, se “digitalizan”, ya que la violencia virtual es aparentemente más tenue, porque pasa inadvertida; bajo los mecanismos simbólicos postulados en la perspectiva de Bourdieu (2002), se convierte en un pie forzado que potencialmente puede hacerse presente las veinticuatro horas del día a través de las redes sociales. Flores (2017) menciona que, al igual como ha sucedido a lo largo de la historia, los nuevos espacios comunicativos, ahora digitales, se presentan como escenarios donde las expresiones violentas siguen teniendo cabida. El eficaz efecto masificador y descontrolado que tiene internet logra que este se transforme en un medio idóneo para perpetuar la hegemonía de género.

La violencia simbólica en internet puede ser real o simbólica y perpetua. Como en la televisión, los estereotipos femeninos y masculinos permiten conceptualizar en este medio a la mujer como “objeto sexual”, lo que promueve la violencia contra las mujeres. No obstante, todos los adelantos en las diversas áreas de la ciencia y la sociedad, comentan Serrano-Barquín & Ruiz (2013), sigue siendo vigente el pensamiento de Rosario Castellanos (1992) en torno a que el aparato social dictamina la condición de la mujer y limita, reprime y castiga su comportamiento. La perpetuación de los estereotipos roles de género, aunados a la dominación masculina y la sumisión femenina, se refuerza en las actividades y las imágenes que circulan por internet; con lo que se multiplican los espacios en los que se reproduce la violencia contra la mujer y dejan de limitarse los espacios privados (Serrano-Barquín & Ruiz, 2013).

3. ¿Cuáles son los arquetipos masculinos promovidos principalmente por los medios de comunicación masiva?

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS CONFORMAN UNO DE los grandes agentes socializadores —junto a la escuela, la familia y el grupo de pares— que transmiten información sobre los papeles asignados a los géneros. Juegan un papel importantísimo en la formación y transmisión de modelos, y su influencia es poderosa, ya que está en estrecha relación con la creación de la conciencia social por su capacidad para legitimar ideas y estereotipos, y crear estados de opinión (Verdú & Briones, 2016). Los medios de comunicación, comenta Radl (2011), contribuyen a una representación constantemente falseada de la realidad social mediante una sobrerrepresentación del protagonismo masculino y una subrepresentación del protagonismo social femenino. Yrache (2007) menciona que es común encontrar al hombre en la publicidad como autoridad, es decir, como poseedor de conocimientos científicos a los que se les otorga la cualidad de verdaderos. Muy pocas veces la mujer desempeña esa función informativa de indudable rigor. Este autor habla de lo evidente que hoy en día sigue siendo que la figura masculina aparezca en posición de dominación mientras que la mujer es mayoritariamente sumisa.

De acuerdo con Verdú y Briones (2016), el cuerpo femenino “hipersexualizado” invade hoy todas las producciones culturales estando especialmente presente en el discurso iconográfico de la publicidad (López Díez, 2003, p. 8), que a menudo lo utiliza como mero objeto de contemplación, o bien, accesible. Hay quienes se plantean que, en la actualidad, la supuesta liberación y agencia erótico-sexual de las mujeres puede estar enmascarando un aparentemente renovado y sutil tipo de sexismo: el neoliberal (De Miguel, 2015). Desde esta crítica, la lucha por la igualdad de las mujeres sería aprovechada por el discurso patriarcal contemporáneo para legitimar que el cuerpo de las mujeres sea cosificado de una forma extrema y tratado como mercancía, a nivel simbólico y práctico —por ejemplo, legitimando la prostitución—, desde un supuesto ejercicio de libertad y valora-

ción de la belleza y sexualidad pasiva (al servicio de la masculina) como valores supremos de la feminidad.

Verdú y Briones (2016) aseguran que una de las funciones sociales de las imágenes mediáticas es la configuración en el imaginario colectivo de lo que es deseable o no, conveniente o no; es decir, la transmisión de valores. En este sentido, las imágenes mediáticas no son neutrales respecto al género; transmiten ideología en la medida en la que forman parte de una sociedad y de un determinado contexto. Los medios de comunicación contribuyen a formar identidades a través del género, etnia o clase social. De esta manera, también se interiorizan las normas sociales establecidas que exigen a las mujeres y a los hombres el cumplimiento de determinados roles de género. Al hacer una revisión de la normalización e invisibilización de la violencia de género, Corsi (2003; citado por Franco, 2017) señala que esto se debe a las construcciones culturales, donde los estereotipos y la jerarquía del hombre son vistos como algo normal y la violencia hacia la mujer como un medio de control (Franco, 2017).

Los arquetipos, comenta Yrache (2007), surgen como tantos de los problemas que la sociedad afronta día a día; de la desinformación. Los estereotipos reproducen la visión que cada grupo social tiene del mundo. A pesar de no ser en origen acertados existe un proceso de retroalimentación, o *feed-back*, resultado de su constante uso. Son mentiras y prejuicios en sí mismos, pero se perpetúan con fuerza y terminan por materializarse o adquirir presencia, a través de la extensión y aceptación generalizada de los roles correspondientes a cada sexo. Los medios de comunicación y la publicidad, además de la industria cultural (cine, canciones, pornografía y otros), proporcionan a la audiencia masiva los estándares admisibles por la sociedad y elaboran y diseminan ampliamente el lenguaje y el conocimiento compartido sobre lo que es o no aceptable (López Díez, 2005, p. 10; Verdú & Briones, 2016).

Hoy en día seguimos viviendo bajo un conjunto de roles de género entendidos como arquetipos femeninos y masculinos. Hombres y mujeres

reciben, por tanto, un tratamiento mediático desigual; los hombres aparecen en mayor medida como agentes activos, siendo representados con una mayor heterogeneidad, y en contraposición, las mujeres se identifican con una más reducida gama de cualidades, así como de actividades y escenarios. En este sentido, se ha de resaltar la utilización de las mujeres cada vez más frecuente como objeto sexual (Verdú & Briones, 2016).

Pradas (2018) menciona que estos roles se observan en los medios de comunicación, en la publicidad y en la educación que recibimos. Asegura que ambos están marcados por fuertes ideas que parecen estar arraigadas en nuestro inconsciente colectivo. Esta autora señala que los arquetipos masculinos más comunes son el de hombre fuerte, responsable, valiente, racional, poderoso y que no se deja llevar por los sentimientos. Por otro lado, recientemente también ha crecido la representación del varón preocupado por su aspecto físico en anuncios de productos masculinos para el rostro o antiarrugas, de limpieza facial, de cobertura de canas o, incluso, de depilación, lo que no impide que siga apreciándose una “desigual representación del cuidado del cuerpo según el protagonista de la publicidad sea un hombre o una mujer” (López & Bernard, 2007, p. 217). Aunque se ha de admitir que la figura masculina se ha incorporado al discurso publicitario adoptando estrategias similares a las que cosifican lo femenino en el modelo publicitario, la cosificación de las mujeres sigue teniendo una mayor magnitud y la ideología en la que se sustenta, se relaciona con el rol de servicio de las mujeres hacia los hombres, no solamente con el culto al cuerpo (Verdú & Briones, 2016).

Todavía es recurrente la utilización de un cuerpo femenino desvinculado del producto que se promociona en los anuncios destinados al consumidor masculino. Algunos autores han resaltado que el universo simbólico de la publicidad mantiene el protagonismo de lo masculino, mientras las mujeres pasan a ser protagonistas “relativas” con base en las emociones y actitudes que suscitan en ellos en aquellos anuncios con contenido narrativo y a través del ejercicio de un rol decorati-

vo, de adorno o de espectáculo. Se trata de la contraposición entre la mujer como entretenimiento y el hombre como especialista o creador: lo que importa de la mujer es su aspecto y su belleza, y del hombre su sabiduría e inteligencia (Verdú & Briones, 2016).

4. ¿Cuáles son los estereotipos femeninos que se promueven principalmente en los medios de comunicación masiva?

PRADAS (2018) COMENTA QUE LOS ARQUETIPOS FEMENINOS más frecuentemente promovidos son el de mujer emocional, empática, paciente, buena madre y ama de casa; débil y dependiente. Comenta que los estereotipos desprendidos de tales arquetipos pueden generar muchos prejuicios sociales y que, además, afectan gravemente a la salud mental de las personas si estas se ven muy encasilladas en dichos arquetipos.

Radl (2011) recuerda la definición de Johan Galtung (1990) respecto a que la fuerza ideológicamente regresiva de los medios genera una violencia simbólica para el rol social de las mujeres, dado que en los medios se efectúa una representación sesgada de las féminas, quienes no son representadas a través de las **múltiples funciones que desempeñan de facto** en la sociedad. En cambio, la dinámica mediática mantiene en la conciencia de las personas una percepción ideológica de la realidad con tintes claramente androcéntricos que impregnan las conductas particulares, a través del dominio masculino falso que muestran. La feminidad a la que se relega a las mujeres, comenta Flores (2017), se proyecta desde los tiempos de Beauvoir hasta nuestra época, donde las nuevas generaciones se expresan en redes sociales con notoria influencia de sus respectivos estereotipos de género, produciendo lo que Puente identifica como autorrepresentaciones altamente sexualizadas, tanto a través de los alias como de imágenes.

Yrache (2007) menciona que en los últimos años la publicidad ha promovido el arquetipo femenino de la mujer ejecutiva, capaz y trabajadora; emprendedora y moderna, quien al regresar al hogar vuelve a asumir las funciones de ama de casa,

ya que al terminar su jornada laboral puede disfrutar en la casa de la ayuda de los electrodomésticos que le ahorrarán parte de la tarea que por su sexo le corresponde. Este autor asegura que el lenguaje audiovisual es el responsable de que la carga ideológica y sexista sea tan efectiva, debido a que su sola presencia consigue transmitir sensaciones y cargas emocionales e ideológicas. Dice que la construcción de la imagen de la mujer, a través de la publicidad, es retratada generalmente en un plano picado, desde arriba, mostrando la representación de personajes tumbados o sentados. La pasividad es la dominante en la interpretación de las modelos. Su actitud es la de espera. El uso de luces, posturas y encuadres buscan producir la imagen de una mujer disponible y receptora bajo esas premisas, como no esperamos de los hombres. La forma en la que estos usos de la comunicación refuerzan estereotipos de género marcadamente sexistas, legitimando la desigualdad y prescribiendo una sexualidad adaptada a la norma patriarcal de la dominación masculina, hace que los nuevos modelos femeninos difundidos por los medios sigan siendo observados con cierta sospecha. Si bien se ha producido una importante liberación de las mujeres respecto a la maternidad, la nueva norma cultural que impulsa a una mujer a realizar grandes inversiones de tiempo y dinero para mantener una apariencia joven y sexy parece servir a fines que van más allá de las propias necesidades de las mujeres (Verdú, 2018).

En la revista *Algarabía Tópicos*, en su número 3 (S/A, 2012), es posible percibir ejemplos de publicidad de los años cuarenta, cincuenta y sesenta, que muestran una imagen inferior de la mujer: sobajada. Las campañas promueven el estereotipo de una mujer ideal delgada, joven; perteneciente al hogar en el que debe ser feliz velando por la felicidad de su marido. Verdú y Briones (2016) comentan que, cuando el anuncio se dirige al colectivo femenino, la tendencia es que el personaje femenino adopte roles de cuidado, ya sea del hogar o de otros miembros de la familia, sobre todo de los hijos. No obstante, la identidad femenina predicada sobre su concepción como

cuerpo forma parte de los aspectos deseables que las mujeres aprenden e interiorizan en el proceso de su socialización. Y, con ello, se vuelve a resaltar el carácter especialmente simbólico de la violencia contra las mujeres, tal y como explica Bourdieu (2002). La violencia simbólica ha consistido, principalmente, en lograr que el ser dominado, se abandone al destino al que ha sido dirigido socialmente, asumiendo sin pensar la forma de sumisión que se le impone. Esta violencia simbólica contra las mujeres ha implicado la socialización, a través del discurso, el hábito, la repetición y las costumbres (Bourdieu, 2000; Verdú & Briones, 2016).

5. ¿De qué forma es presentado el amor romántico a través de los medios de comunicación masiva?

La forma en la que es presentado el amor romántico, a través de los medios de comunicación masiva, favorece que el acoso sexual hacia la mujer sea confundido por estas y no logren diferenciarlo de un cortejo. Muchos creadores y productores culturales, desde la novela hasta el cine pasando por las series de televisión, siguen aferrados a los roles sociales de género y a los estereotipos rígidos que dividen la realidad en dos, cosificándola y simplificándola al extremo. Retoman y reproducen el mito del amor romántico que responde a una estructura de origen occidental, patriarcal y capitalista sustentada en la división de roles y estereotipos, gracias a los cuales los personajes se complementan y tienen una función determinada y opuesta. El amor romántico es uno de los ejes temáticos centrales de muchos productos culturales, desde la literatura hasta el cine, generando discursos con gran impacto en la construcción de la subjetividad e identidad de las personas (Pascual, 2016).

Giddens (1992), citado por Comisso y Moretti (2019), ubica el concepto del amor romántico en relación con un conjunto de situaciones sociohistóricas y contextuales que transformaron la vida de las mujeres después del siglo XVIII, que comprenden la creación del hogar, el cambio cualitativo de la relación entre padres e hijos y lo que Gid-

dens expresa como la invención de la maternidad. Este autor establece que el amor romántico fue esencialmente amor feminizado; sin embargo, el fomento del amor se hizo una tarea predominante de la mujer, debido a que las ideas sobre el amor romántico estaban claramente amalgamadas con la subordinación de las mujeres al hogar y con su relativa separación del mundo exterior.

El amor romántico, menciona Pascual (2016), desde la etimología griega coincidiría con el amor *eros* (enamoramamiento, amor pasional) y *vendrá* definido por la "pasión amorosa" que, según William Jankowiak, citado por Esteban & Távora (2008), se basa en cuatro elementos: idealización, erotización del otro, deseo de intimidad y expectativa. Sin embargo, sabemos que existen otros tipos de amor, menciona Pascual (2016), que corresponden al amor "filias" (amistad con deseo, amistad de pareja); al amor *ágape* (compasión, amor desinteresado, ternura...). El amor romántico, como elemento central de la socialización diferencial que recibimos las mujeres, afirman Comisso y Moretti (2019), y que, de manera naturalizada, nos conduce a establecer y sostener vínculos de pareja asimétricos que favorecen la desigualdad de género y la posibilidad de naturalizar el abuso psicológico en esta asimetría con los varones.

Coria (2001), citada por Comisso y Moretti (2019), define al amor como la manera en la que se van pautando los vínculos amorosos mediante una construcción social a lo largo de la historia. Asimismo, afirma que se fueron transformando las formas en las que se consideraba cómo debía ser el amor en cuanto al lenguaje o cuáles deberían **ser los roles adjudicados** a mujeres y hombres. Así, Coria (2001) identifica la aparición del amor platónico, el amor pasión y el amor romántico. Estas construcciones, comenta esta autora, pautan los modos en los que se supone debe amarse una pareja. El contenido que esto implica, se vincula a la socialización de género y define que en esa dinámica amorosa el lugar asignado a la mujer es el de objeto, es decir, ser objeto de deseo de otro (Comisso & Moretti, 2019).

En primera instancia, manifiesta Thomas (1994), se necesita definitivamente construir la

posibilidad de existencia de lo femenino, pero no como siempre de lo femenino-materno. Necesitamos romper la hegemonía del hombre y de su madre, afirma la autora, e instaurar una nueva relación entre el hombre y un sujeto nuevo y subversivo: la mujer; subversivo, porque desordena el viejo orden patriarcal que no tiene lugar ni espacio para UN sujeto o, **más bien**, EL SUJETO. No hay manera de amar distinta si no reconocemos a la mujer; si, como dice Lacan, la mujer no existe. Solo entonces, en contra de la violencia, la genitalidad y el consumo, reencontraremos la posibilidad del erotismo, de la escucha y de la contemplación. Por esto es necesario también darle un estatus a la soledad, que es “la esencia, el dato básico, la única certeza” y aprender a decir, entonces, “yo soy yo, tú eres tú y en el reconocimiento de esta diferencia vamos a aprender a amarnos, sabiendo que estamos los dos profundamente solos”. Thomas (1994) asegura que la soledad es el meollo de nuestra condición y que es necesario aceptarla, hablar de ella, no temerla y darla como posibilidad de vida, sobre todo para la mujer, a quien se le ha repetido sin cansancio que sola es incompleta, mutilada, inválida.

De acuerdo con Blanco (2014), la proliferación de los mitos del amor romántico parece ser una de las justificaciones más habituales para permitir ciertas actitudes que se parecen mucho a los primeros estadios de la violencia de género, y las redes sociales como principal medio de comunicación no pueden ser ajenas, sino cómplices e influyentes de esta lacra social. Blanco remite a Coral Herrera (2009, p. 631), quien menciona que el amor romántico constituye “una utopía emocional colectiva”; un sentimiento claramente idealizado en nuestra sociedad, que las personas utilizan como mecanismo para calmar sus miedos a la vida y a la soledad. Pero esta concepción del amor romántico, asegura Blanco (2014), no tiene una base igualitaria, sino que está fundamentada en la dependencia emocional hacia otra persona, mayoritariamente un hombre. Sin embargo, es gracias al amor romántico que permitimos la violencia sexual normalizada. Blanco (2014) señala que cuando una persona es acosada y nadie lo

señala como un acto violento, se reconoce como algo normal y nadie lo detiene, ya que tiene que ver con la idea de que la mujer es para admirarla y, por lo tanto, eso otorga derecho a decirle cosas. Este tipo de conductas normalizadas hace creer a los hombres que es un halago y algo normal decirle cosas a alguien que vaya por la calle. La idea de un encuentro casual exitoso entre dos personas que no se conocen y que llegan a tener un romance o sexo, es un hecho promovido por las películas y series televisivas. Blanco (2014) menciona que las películas, las series de televisión, las revistas e, incluso, los contenidos de las noticias reproducen aquello que la sociedad espera acerca de mujeres y hombres: determinadas formas de comportamiento asignadas en función del sexo.

Flores y Browne (2017) citan a Vázquez Castro (2008, p. 734) para explicar que las mujeres se ven enfrentadas a barreras legitimadas para poder superar la violencia de la que son víctimas, pues, además del miedo, están las normas de género que les fueron inculcadas durante la niñez, que incentivan el sometimiento femenino: la creencia de que el amor “lo puede todo”, el valor asociado con la virginidad y el sentimiento de culpa al perderla, que sin duda contribuyen a que una relación violenta se prolongue a lo largo del tiempo.

Blanco (2014) asevera que la aceptación de la creencia de que los celos son una prueba de amor, es quizá uno de los resultados más preocupantes que se han encontrado en estudios recientes en **jóvenes**, y es que, complementa la autora, mitos como el de la media naranja o los celos por amor están muy interiorizados en nuestra sociedad y sirven para justificar cualquier tipo de acción que tenga como fin la supervivencia de ese amor. Este tipo de creencias forman parte del mito del amor omnipotente, al que, de acuerdo con Cruz (2012), le corresponden una serie de conductas que se desarrollan preeminentemente en etapas posteriores al cortejo, una vez que la relación se ha establecido y los problemas comienzan a surgir tras el periodo previo del enamoramiento. El proceso de compenetración entre los integrantes de la pareja arroja numerosos retos que son obviados en virtud de una suerte de concepción romántica e

incorrupible de la relación. Una vez superada la etapa “mágica y cegadora” del enamoramiento, comenta Cruz (2012), normalizar los conflictos puede suponer una práctica peligrosa para la relación, ya que se toleran conductas inaceptables en nombre del amor que pueden derivar en maltrato.

Respecto a los celos, inscritos principalmente en el mito de la “totalización del amor”, se fundamentan en un amor absoluto en el que la pareja se convierte en el centro mismo de la existencia, sin la cual todo carece de sentido. Este mito romántico se erige como la consecuencia directa de prácticas existentes en un intento por justificar la adopción de roles paternalistas o sencillamente controladores.

Es muy común encontrar este tipo de conductas representadas en películas y telenovelas. Y es que otros elementos que se desprenden del mito del amor romántico, y cuya asimilación puede provocar situaciones de tolerancia ante el maltrato, son las ideas de que “el amor lo puede todo” y que es normal “sufrir por amor” (Pascual, 2016). Cruz (2012) menciona que los datos acerca de los índices de violencia entre las parejas jóvenes ofrecen un arco muy amplio, que puede variar, según algunos estudios, del 20 % al 60 % de prevalencia, por lo que la necesidad de atajar el arraigo de una serie de mitos románticos cultivados por los medios de comunicación de masas que puede derivar en conductas perjudiciales resulta imprescindible, a partir de una educación focalizada en los valores de igualdad y respeto mutuo dentro de las relaciones sentimentales.

En la socialización y el aprendizaje del amor, menciona Pascual (2016), los medios de comunicación y los productos culturales tienen un gran impacto e influencia en la construcción de identidad y subjetividad de niñas y niños. Los medios de comunicación de masas inciden en la producción y reproducción de una realidad social mediante la transmisión de elementos falsos y trastocados en relación con los roles de género. Estas aseveraciones se sitúan en una línea epistemológica que rompe con una mera crítica representacionista y defiende una posición teórico-constructivista, que presta atención especial a la función “cons-

tructora” de los medios con vistas a los roles de género enlazando con la convicción semiótica de que el lenguaje, las imágenes y la comunicación en general construyen y generan la propia realidad, a la vez que ofrecen el bagaje simbólico para reconstruirla (Radl, 2011).

De acuerdo con la Teoría de Socialización Diferencial, las personas, en su proceso de iniciación a la vida social y cultural, a partir de la influencia de los agentes socializadores (familia, escuela, medios de comunicación...), adquieren identidades diferenciadas de género que conllevan estilos cognitivos, actitudinales y conductuales, códigos axiológicos y morales, y normas estereotípicas de la conducta asignada a cada género, de acuerdo con Walter y Barton, 1983; citados por Pascual (2016). De igual manera, respecto a esta Teoría de Socialización Diferencial, Comisso y Moretti (2019) remiten a Bosch (2007), quien complementa la idea mencionando que la conceptualización del amor romántico y sus implicaciones están naturalizadas en el desempeño de género de las mujeres heterosexuales, a partir de lo que Comisso y Moretti (2019) denominan proceso de socialización diferencial. La misma radica en la congruencia de los mensajes emitidos por los diferentes agentes socializadores. Esos mensajes repetidos y recibidos durante la socialización, diferentes para uno y otro sexo, son interiorizados por cada persona que los “hace suyos” y acaba pensando y comportándose en consecuencia.

En relación con el amor, los responsables de los medios de comunicación tienen los ojos cerrados, afirma Thomas (1994). No quieren saber que su eterna historia de amor hace parte de la actual cultura de la intolerancia, del desamor y de la violencia. Cuando se atrean a dar una verdadera dimensión a la relación amorosa, afirma esta autora, entonces el encuentro entre hombres y mujeres, o entre hombres y hombres, o entre mujeres y mujeres, se volverá generoso y fecundo, y el amor será una fiesta. Por lo pronto, la industria del cine y sus producciones son un lugar mayoritariamente masculino. Mulvey, citado por Pascual (2016), reflexionó sobre el *male gaze*, o mirada masculina, predominante en el cine hollywoodense y en inti-

ma relación con los procesos de identificación de los espectadores; postura que enfatiza el papel de la mujer “para ser mirada”, así como construye el “cómo” debe ser mirada. De esta manera, las mujeres espectadoras, durante la recepción, más que asumir un rol pasivo no pueden más que aceptar que el héroe es siempre otro para ella. Y es que, “La ficción del celuloide reproduce y refuerza las jerarquías existentes en la sociedad, y actúa como eco y amplificador de la cultura patriarcal, que tiene a las mujeres sometido como grupo en todas las esferas de la vida” (Fernández & Menéndez, 2009, p. 15). Los relatos cinematográficos, menciona Herrera (2011, p. 37), citada por Pascual (2016), configuran e influyen poderosamente en nuestras emociones, sexualidad, anhelos y metas.

Conclusiones

DE ACUERDO CON LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN DISTINTAS fuentes documentales, la violencia simbólica contra la mujer forma parte de la violencia de género, que articula toda una serie de “violencias” (dadas en las estructuras sociales), y la violencia cultural formada por aspectos de la cultura y la esfera simbólica, en donde tienen cabida la religión, las creencias, el arte, el lenguaje y las ciencias, porque esta violencia es la que se utiliza para justificar o legitimar la violencia directa y la estructural, que van desde una violencia simbólica hasta una física. La violencia física forma parte de la violencia directa, pero también existe la violencia estructural.

Bourdieu (2002) afirma que la violencia simbólica es un fenómeno de dominación masculina. Es tanta la carga cultural con la que se cuenta que un grupo importante de mujeres mexicanas vive en un estado de normalización de la violencia, que provoca no solo que no quieran denunciar las situaciones de violencia a las que son sometidas, sino que no están seguras de estar siendo violentadas, ya que el tipo de acciones de las que son objeto por parte del sexo masculino forman parte de una serie de escenas que observan de manera cotidiana, a través de películas, series, telenovelas

o la misma publicidad; o se sienten culpables por haber provocado las acciones cometidas en su contra. Es por ello que irónicamente en los estados con más violaciones de mujeres, es en los que más se justifica la normalización de la violencia contra estas, lo cual ocurre en todas las entidades del país y en ambos sexos.

Referencias bibliográficas

- Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (ACNUDH). (2020, 1 de febrero). Los estereotipos de género y su utilización. <https://www.ohchr.org/sp/issues/women/wrgs/pages/genderstereotypes.aspx>
- Blanco Ruiz, M. Á. (2014). Implicaciones del uso de redes sociales en el aumento de la violencia de género en adolescentes. *Com. Med.*, 30, 124-141. Recuperado el 19 de diciembre de 2019, de <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/32375>
- Bourdieu, P. (2002). *Lección sobre la lección*. Anagrama.
- Calderone, M. (2004). Mujeres violentadas en el ámbito público. Panorama de violencia contra las mujeres. *Trama Com.*, 1-9. Universidad Nacional de Rosario.
- Castro, R. (2016). *De parejas, hogares, instituciones y espacios comunitarios. Violencias contra las mujeres en México. Endireh 2016*.
- Commisso, Á. & Moretti, P. (2019). Del amor romántico a la violencia invisible. Desafíos para el Trabajo Social. En L. Riveiro, *Trabajo social y feminismos. Perspectivas y estrategias en debate*. Colegio de Trabajadores Sociales de la Provincia de Buenos Aires.
- Cruz Álvarez, J. (2012). Del mito del amor romántico a la violencia de género: configuración adolescente de los mitos románticos y efectos sobre sus conductas violentas. *I Congreso Internacional de Comunicación y Género* (pp. 1711-1729). Universidad de Sevilla.
- Díez, B. (2019, 5 de abril). Marta Lamas sobre el #Me too en México: “Hay denuncias serias, denuncias anónimas —de las que discrepo— y denuncias que son una frivolidad”. *BBC News Mundo*.

- Editorial. (2019, 2 de abril). #Me too genera en Coahuila cinco denuncias por acoso en escuelas. *Redes poder*.
- El Herald* (2019, 3 de diciembre). Jugador del América Sub-17 se pronuncia y pide perdón por la mofa al movimiento "El violador eres tú". <https://heraldodemexico.com.mx/meta/jugador-america-sub-17-pide-perdon-por-mofa-al-movimiento-el-violador-eres-tu/>
- Fierro, G. (2019, 4 de noviembre). Crean MeToo Baresm; llueven denuncias sobre mujeres drogadas en antros. *La Jornada Maya*.
- Flores, P. & Browne, R. (2017). Jóvenes y patriarcado en la sociedad TIC: una reflexión desde la violencia simbólica de género en redes sociales. *Rev. Lat. Cienc. Soc., Niñ. Juv.*, 15(1), enero-junio, 147-160.
- Franco Pérez, M. L. (2017). Objetificación de la mujer en los medios de comunicación y su relación con el acoso callejero. *Vínculos. Sociol., An. Op.*, 11, julio-diciembre, 177-192. Recuperado en mayo de 2020, de http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/vinculos/pdfs/vinculos11/V11_9.pdf
- Galtung, J. (1990). Cultural Violence. *J. Peace Res.*, 27(3), 291-305.
- García, C. (2019, 12 de diciembre). Conoce los símbolos del *performance* chileno. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/metropoli/cdmx/un-violador-en-tu-camino-los-mensajes-ocultos>
- García Carpintero, M. Á. (2019). Acoso sexual juvenil en los espacios de ocio nocturno: doble vulnerabilidad femenina. *Lectora*, 25, 329-351.
- Google. (2019, diciembre). *Google.com*. Imágenes de memes de: El violador eres tú. https://www.google.com/search?q=memes+el+violador+eres+tu&rlz=1C5CHFA_enMX709MX709&oq=memes+el+violador+eres+tu&aqs=chrome..69i57j69i60.3375j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). (2015). Panorama de violencia contra las mujeres de Coahuila de Zaragoza. Endireh 2011. Gobierno del Estado de Coahuila.
- Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres). (2007). *Glosario de género*. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100904.pdf
- . (2007). El impacto de los estereotipos y los roles de género en México. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100893.pdf
- Joseph. (2019, 3 de diciembre). "El violador eres tú" (Joker oficial video). *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=-jJJ42buEbs>
- Kaufman, M. (1999). *Las 7 P de la violencia de los hombres*. Recuperado en 2019, de http://hombressinviolencia.org/docs/Las%20Sieete_Ps%20de%20la%20Violencia%20de%20los%20Hombres.pdf.
- Kauppinen, K. (1997). El acoso sexual no es algo para reírse. No es romántico ni sexi. *Vivir con salud haciendo visibles las diferencias* (pp. 234-242). http://caps.cat/images/stories/Kaisa_Kauppinen.pdf
- Lomas, C. (2005). ¿El otoño del patriarcado? El aprendizaje de la masculinidad y de la feminidad en la cultura de masas y la igualdad entre hombres y mujeres. *Cuad. Trab. Soc.*, 18, 259-278.
- Loría Savinón, C. (1998). *Mujeres y hombres en la escuela y la familia: estereotipos y perspectiva de género. Guía para talleres breves* (2.ª ed.). Secretaría de Educación Pública. Ediciones Con M de Mujer.
- Marines, M. (2019, 26 de marzo). Gremio Cultural en Coahuila destapa más casos de acoso: MeToo Escritores Mexicanos. *La Vanguardia*.
- Milenio Digital. (2019, 4 de diciembre). Jugadores del América Sub-17 hacen parodia de "Un violador en tu camino". <https://www.youtube.com/watch?v=EODtnYizDqE>
- Molina Rodríguez, N. E. (2019). La dinámica del acoso sexual callejero desde el discurso de hombres jóvenes. *Millcayac. Rev. Dig. Cienc. Soc.*, 6(11), 363-390.
- nwCoahuila. (2019, 22 de enero). Crece 84 % acoso sexual en Coahuila en solo tres años. *Newsweek México*. https://newsweekespanol.com/2019/01/crece-84_acoso-sexual-en-coahuila-en-solo-tres-años/
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). (2020, 18 de enero). *Tesaurus de la Unesco*. <http://vocabularies.unesco.org/browser/thesaurus/es/index/C>
- Pascual Fernández, A. (2016). Sobre el mito del amor romántico. Amores cinematográficos

- y educación. *DEDICA. Rev. Ed. Hum.*, 10, 63-78.
- Plaza Velasco, M. (2007). Sobre el concepto de "violencia de género". Violencia simbólica, lenguaje, representación. *Extravío. Rev. Elect. Lit. Comp.*, 2, 132-145. Recuperado el 18 de enero de 2020, de <https://ojs3.uv.es/index.php/extravio/article/view/2211/1819>
- Pradas Gallardo, C. (2018, 10 de octubre). Los arquetipos de Carl Gustav Jung: lista con ejemplos. <https://www.psicologia-online.com/los-arquetipos-de-carl-gustav-jung-lista-con-ejemplos-4146.html>
- Publímetro TV. (2019, 17 de diciembre). "El violador eres tú" se convierte en *remix*; jóvenes la utilizan para "animar" las fiestas. <https://www.publimetro.com.mx/mx/publisport/2019/12/17/remix-jovenes-cantando-bailando-violador-una-fiesta-genera-disputa.html>
- Radl Philipp, R. M. (2011). Medios de comunicación y violencia contra las mujeres. Elementos de violencia simbólica en el medio televisivo. *Rev. Lat. Sociol.*, 1, 156-181. https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/12003/RLS_1_2011_art_6.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez, É. (2019, 8 de abril). Estados con más violaciones hacia las mujeres son los que más las justifican. *El Sol de México*. Recuperado en noviembre de 2019, de <https://www.elsoldemexico.com.mx/mexico/justicia/estados-con-mas-violaciones-hacia-las-mujeres-son-los-que-mas-las-justifican-3292053.html>
- Raphael, R. (2019, 9 de diciembre). El violador eres tú. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/ricardo-raphael/el-violador-eres-tu>
- Real Academia Española (RAE). (2020). Arquetipo. *Diccionario de la Lengua Española* (Edición del Tricentenario). https://dle.rae.es/arquetipo?m=30_2
- Rodríguez, V. A. (2019, 8 de diciembre). "El violador eres tú" en perreo. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/djs-se-apropian-de-el-violador-eres-tu-en-spotify>
- RTPLAY. (2019, diciembre). Futbolistas se burlan de himno feminista "El violador eres tú". *Actualidad RT*. <https://www.youtube.com/watch?v=uVTWbeyT40I>
- s/A. (2012). El sexismo vende. *Alg. Tóp.*, 3, mayo-julio, 60-63.
- Serrano-Barquín, R. C. & Ruiz Serrano, E. (2013). Violencia simbólica en internet. *Ra Ximhai*, 9(3), septiembre, 121-139. Recuperado en mayo de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46128387007>
- Thomas, F. (1994). *Los estragos del amor. El discurso amoroso en los medios de comunicación*. Editorial Universidad Nacional.
- Torres Treviño, M. (2019). Campaña social "Los hombres también". Redefinamos la masculinidad. Universidad Autónoma de Coahuila.
- Universidad Pedagógica Veracruzana. (2011, abril). *Glosario de género*. Recuperado el 18 de enero de 2020, de <https://sistemas.cgever.gob.mx/2012/Equidad%20Genero/Glosario%20de%20%20g%C3%A9nero.pdf>
- Univisión. (2019, 3 de diciembre). "El violador eres tú": la historia detrás de la canción que se ha convertido en un "himno" en contra de la violencia machista. *Univisión Noticias*. <https://www.univision.com/noticias/el-violador-eres-tu-la-historia-detras-de-la-cancion-que-se-ha-convertido-en-un-himno-en-contra-de-la-violencia-machista-fotos>
- Verdú Delgado, A. D. (2018). El sufrimiento de la mujer objeto. Consecuencias de la cosificación sexual de las mujeres en los medios de comunicación. *Feminismos*, 31, 167-186.
- Verdú Delgado, A. D. & Briones Vozmediano, É. (2016). Desigualdad simbólica y comunicación: el sexismo como elemento integrado en la cultura. *La Vent.*, 5(44), enero-junio, 24-50.
- Villegas Bermeo, M. A. (2017, octubre). *Narrativa de los roles de género evidenciados en la sensibilización sobre la violencia de género y violencia sexual*. Universidad de Guayaquil. Recuperado el 15 de noviembre de 2019, de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/25749>
- Yrache Jiménez, L. (2007). Imagen de la mujer y el hombre en publicidad. En J. F. Plaza Sánchez & C. Delgado Álvarez, *Género y comunicación*. Editorial Fundamentos.
- Zeta, V. (2019, 8 de diciembre). El violador eres tú-Meme Compilation #2. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=A4qWJJBtoYI>
- Zúñiga, M. (2014). Las mujeres en los espacios públicos: entre la violencia y la búsqueda de la libertad. *Reg. Soc.*, 4, 77-100. El Colegio de Sonora.

BREVE DISCUSIÓN

de la visualización
del marihuano en México
y su representación
en la fotografía

Rutilio García Pereyra
Héctor Francisco Servín Romero

Resumen

En este documento se pretende mostrar en fotografía histórica la representación que, del marihuano, se ha documentado en México. Se analizan fotografías del Archivo Casasola, así como el consumo de la marihuana entre grupos indígenas mexicanos y su uso en rituales y la medicina tradicional. Por otra parte, se aborda una discusión breve del estigma del marihuano, a partir del *lépero* y del *vago*, calificativos que fueron asignados a ciertos individuos que no tenían oficio alguno.

Palabras clave: estigma; fotografía histórica; lépero; marihuano; vago.

Abstract

THIS DOCUMENT AIMS TO SHOW IN HISTORICAL PHOTOGRAPHY the representation of pothead that has been documented in Mexico. Photographs from the Casasola Archive as well as the consumption of marijuana among indigenous Mexican groups and its use in rituals and traditional medicine are analyzed. On the other hand, a brief discussion of the pothead's stigma, from the *disrespectful* and the *slacker*, qualifiers that were assigned to certain individuals who did not have any trade is addressed.

Keywords: disrespectful; historical photography; pothead; slacker; stigma.

Introducción

PÉREZ MONTFORT (2016), QUIEN HA DOCUMENTADO LA HISTORIA de las drogas en México, señala que "todavía son contados los estudios mexicanos asociados con la historia particular de las drogas y su relación con los procesos sociales, políticos y económicos a través del tiempo" (p. 9). Sin embargo, historiar un fenómeno en particular no es únicamente en texto escrito; Eco (1986) postula que no todos los fenómenos de la cultura, se pueden explicar a través de categorías lingüísticas, sino también a partir de códigos visuales. Menos aún son tangibles estudios visuales que arrojen datos del sujeto que las consume, así como la manera en la que es percibido en su contexto social.

Históricamente la fotografía se ha constituido en un documento social que ha revelado ciertas características del sujeto que consume drogas. Socialmente el consumo de las drogas ha estado representado por personas asociadas a estratos económicos bajos. Un ejemplo de un esfuerzo iconográfico de la representación en fotografía del marihuano en México, es el libro *Yerba, goma y polvo*, de Ricardo Pérez Montfort. La riqueza de las fotografías integradas en esta obra muestra el tipo de sujeto consumidor de drogas.

Para documentar la representación histórica que del marihuano se ha hecho mediante la fotografía, en este documento se pretende aportar visualmente a esta problemática la falta de estudios relacionados con temas tabú, como el asunto de las drogas en México. Para este propósito, se adopta la hipótesis de que la fotografía es “herramienta de exploración de la sociedad” (Becker, 1974; citado por Suárez, 2008, p. 13) para comprender diferentes realidades y cruzar fronteras sociales, culturales o políticas, dependiendo de las historias que se busca relatar por el lente de la cámara fotográfica. De este modo, se busca un acercamiento a la cotidianidad, a través de la estética prosaica,¹ que permite reconocer y reflejar escenas ignoradas o poco vistas.

Sontag (2018) explica cómo la imagen fotográfica procura pruebas de algo que se conoce de oídas, pero se duda; no obstante, se objetiva en la fotografía. Aunque hay que considerar el cuestionar a la fotografía en su expresión real. Al interior de la fotografía documental dependerá, por un lado, el azar en lo cotidiano y, por otro, el bagaje del sujeto que opera la cámara, “el fotógrafo”, y cómo su experiencia y posición ante la vida, se llegan a impregnar en su estilo fotográfico por posiciones personales que develarán la postura epistémica del discurso visual, el cual se revelará en la fotografía-objeto.²

El tema cannábico otorga la oportunidad de explorar un asunto poco usual en México, aun y cuando se discute un proceso de legislación al respecto. La supuesta legislación cannábica se resolvería en abril de 2020, pero se ha visto afectada por la cuestión de la pandemia por la co-

vid-19. El debate también se ve afectado debido a la desinformación sobre la planta de cannabis, así como también con el tabú del usuario de la marihuana en México y la posible desacreditación que circula en el *imaginario social*,³ cuya tendencia apunta a la estigmatización del consumidor de marihuana que preña una *imagen negativa*,⁴ que relaciona al consumidor con: vago, criminal, delincuente, flojo, borracho, loco, pobre, no-exitoso... un “marihuano”.

El fotógrafo documental diseña un tipo de fotografía como código visual que contiene información sociológica y etnográfica, que configura estrategias que permiten un análisis certero respecto del consumidor de marihuana en México. Suárez (2008) señala que la fotografía es utilizada como objeto “provocador” para abrir discusiones y ser objeto de análisis. La fotografía y su incursión en la sociología requiere de un método particular que la configure en objeto analizable científicamente. En este sentido, hay que considerar que, en primer término, una fotografía es un producto cultural y que, por tanto, responde a un agente social que la emitió, cuya visión del mundo quedó plasmada en ella más allá de la voluntad del propio autor; es postular que “detrás de la cámara se encuentra siempre el ojo culturalmente interesado del fotógrafo quien selecciona y enfoca desde un ángulo determinado una realidad previa: lo fotografiable, lo que se desea fotografiar, lo que se puede fotografiar” (Giménez; citado por Suárez, 2008, p. 24).

El presente trabajo se engancha en una postura como fotógrafo documental y se observa bajo la poética de la otredad, para expresar una premi-

1 Esta estética visual nos brinda una sensibilización en nuestro ojo que nos deja apreciar una belleza dentro de lo no-conventional; una estética visual peculiar que desafía lo establecido como “lo bello” y nos permite ver —y apreciar— a personajes como el marihuano y una cultura cannábica mexicana.

2 Se considera que es hasta tener la imagen ante nosotros, o en nuestras manos, cuando la valoramos, es decir, hasta que sea revelada o impresa digitalmente es que el significado de una fotografía empieza a depender de la lectura y comprensión por parte del receptor de la imagen, esto es, quien la ve, quien la consume; aquí intervienen varios factores, tales como “... los sociológicos o los símbolos convencionales o accidentales, de tal forma que el lector necesita algunas herramientas culturales y conceptuales que le ayuden en la decodificación del texto fotográfico” (Gómez Alonso, citado por Irala, 2011).

3 *Imaginario social*: es el conjunto de representaciones que un grupo social o un individuo construyen sobre el mundo; representaciones que estos tienen del mundo y de sus valores (Goffman, 2006).

4 *Imagen negativa*: en México se le otorga al consumidor de cannabis y lo relacionamos con el “fetiche de lo bello”; es decir, esta relación que hay entre “lo bello” con “la verdad”, “el bien” y “la justicia”. Este fetiche es mencionado por Katya Mandoki (2008) y lo llama Síndrome de Panglos. El personaje del “marihuano” representa lo contrario a estos valores interpuestos a través de una postura colonizada, a partir del español, el europeo, el hombre blanco; una manera etnocentrista de ver su moral y su mundo como únicos valores a seguir como resultado de la Colonia en nuestro país.

sa posmoderna para documentar la historia a través de los otros: las minorías, las subculturas o las etnias; los usualmente ignorados, los vencidos, los colonizados, los marginados.

La fotografía puede observar cómo los valores de clase pueden transmitirse aun sin “ninguna educación” por parte del operador de la cámara (Suárez, 2008, p. 35). He aquí la importancia de la fotografía y su contribución en la documentación histórica y el cúmulo de información, que aportan que esta puede ser analizada por la etnografía, la sociología, la historia y el arte.

La técnica metodológica

En este texto se analizan fotografías del Archivo de Víctor Casasola y del grabador José Guadalupe Posadas, creador de “La Catrina” y de la *Calavera Garbancera*, que representan a los personajes populares de la época, aunque de una manera diferente con “Don Chepito El Marihuano”.

El análisis semiótico posibilita la relación entre imágenes e índices visuales que perfilan al marihuano en México. Mientras que, por otra parte y de manera breve, se aborda el estigma que refiere a los atributos y a su identidad social (Goffman, 2006). Se postula que el estigma social está conformado por prejuicios estereotipados que discriminan y enfatizan la otredad o “los otros”.

Para este trabajo, se conceptualiza al “marihuano” como un personaje popular que se encuentra en la memoria colectiva mexicana en un imaginario social.

IMAGEN 1. Configuración del estigma social



FUENTE: Servín Romero.

Selección del tema

La posible elección de los fragmentos imaginados que pueden ser capturados de lo real: el diseño, el tema y la fotografía, se funden y son tejidos en una fotonarrativa estética de cada autor. Cartier-Bresson (2017) sostiene que “basta con ser lúcido respecto a lo que ocurre y ser honesto respecto a lo que uno siente. En definitiva, basta con situarse en relación con lo que se percibe” (p. 20). Esta honestidad permite analizar la identificación con el sujeto o tema para moverse en la escena y encontrar ese momento: aquel fragmento que se congela en la fotografía y en la memoria.

La práctica profesional de la fotografía implica que para la captura de la imagen, se deben observar las calles como escenarios de teatro con personajes. Esta manera de fotografiar permite un manejo creativo, porque “allí tienes que sonreír, pero nunca reírte, pues lo interpretaran como burla, debemos de ser invisibles” (Cartier-Bresson, 2015, pp. 30-31). En la fotografía documental los personajes se desnudan y muestran su ser de una manera honesta; olvidan el lente que los ve y actúan sin poses para concretar una fotografía al natural.

La cannabis y su relación con los indígenas mexicanos

FOTOGRAFÍA 1. “María Sabina”⁵



FUENTE: tomada del periódico *Excelsior* (2014).

La fotografía de María Sabina es un retrato en el que el encuadre (*close up*) revela detalles de una mujer vieja de la etnia mazateca y de tez morena. Con los ojos cerrados da una bocanada al cigarrillo de cannabis, “un carrujo”, “un porro”, “un gallo”, “un toque” y otros nombres con los que coloquialmente se le conoce o que se le han asignado por sus consumidores, a partir de un tipo de jerga lingüística.

La manera en la que sujeta el cigarrillo, o *toque* en la semántica de la imagen, se identifica como índice visual, que significa que es un cigarrillo de cannabis y no tabaco, pues se ha detectado que culturalmente hay diferencia en cómo se sostiene uno del otro; el tabaco regularmente se toma entre los dedos índice y cordial, mientras que un *toque* de mota suele identificarse por como suele agarrarse entre los dedos pulgar e índice. Esta postura de sostener el *gallo*, se repetirá en algunas fotos en el texto más adelante.

La relación de las plantas sagradas con grupos étnicos es única en Latinoamérica. En la cosmogonía nativa a las plantas, se les menciona como “medicina”, “medicinita” y es común escuchar que se refieren con nombres en torno al núcleo familiar para llamarlos; un ejemplo es con el hikuri, peyote, un cactus al que llaman “abuelo” o “el abuelo”; en otros lados, hacia el sur, se consume ayahuasca, brebaje de raíces sudamericano al que llaman “abuela” o “la abuela”, mientras que a los hongos alucinógenos en Oaxaca les dicen “carne de dios”, “carne de los dioses”, “pajaritos”, “niños santos”, “derrumbes”. La cannabis, a pesar de que no causa alucinaciones, es respetada y venerada a la par de las plantas sagradas. Hay registros en donde se le menciona dentro del ritual como “Santa Rosa”.

Esta asociación con plantas sagradas o plantas de poder llevan a la cannabis a relacionarse erróneamente con efectos alucinógenos por ser utilizada en contextos de lo divino. También, es común que se confunda el término psicoactivo

con el de psicodélico, que se refiere a agente alucinógeno. Las relaciones de lo *psicoactivo* con alguna sustancia que actúa en el sistema nervioso alteran las funciones *psíquicas*. Y se entiende la *psíquica* como algo perteneciente o relativo a las funciones y contenidos psicológicos.

La relación del uso ritual con la cannabis es común entre los grupos indígenas del estado de Hidalgo, según datos que aportan Williams-García⁶ (1975) y Báez Cubero⁷ (2012), en los que muestran la relación con la cannabis como una “planta de poder” en México. Un ejemplo:

(sic). “En el oriente de Hidalgo, desde el Altiplano hasta la región serrana, el uso ritual de la llamada “Santa Rosa”, nombre que designa tanto a la Cannabis indica como a la Datura stramonium, forma parte de la praxis que realizan los bādi, término que en otomí significa, “el que sabe”. A los estados transitorios de la conciencia a los que se llega a través de la ingesta de la santa Rosa o “medicinita”, como dicen los otomíes de Santa Ana Hueytlalpan, le llaman “cantar”, zitheni en otomí, que indica que una entidad, a través de su fuerza, nzahki, se aloja en el cuerpo del chamán y “cantando” se comunica con el emisor.

Esta experiencia confirma al cuerpo como el punto focal de la praxis chamánica al ser el receptor del poder que confiere la divinidad, cuando ésta se introduce en el cuerpo del bādi. A través de la santa Rosa el chamán puede “ver” más allá del mundo fenoménico y viajar por los distintos planos del universo para establecer comunicación con todas las entidades del mundo “otro”. En este contexto, la noción de “ver” refiere a las capacidades cognitivas propias del bādi.” (Lourdes Báez Cubero, Subdirección de Etnografía, Museo Nacional de Antropología, INAH, 2012)

⁶ Williams-García, Roberto (1975). The Ritual Use of Cannabis in Mexico. En V. Rubin, *Cannabis and Culture* (pp. 133-146). <https://doi.org/10.1515/9783110812060.133>

⁷ *Santa Rosa*: Báez Cubero, Lourdes. (2012). El uso ritual de la “santa Rosa” entre los otomíes orientales de Hidalgo: el caso de Santa Ana Hueytlalpan. *Cuicuilco*, 19(53), 155-174. Recuperado el 20 de junio de 2019, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592012000100008&lng=es&tlng=es

La “Santa Rosa” utilizada por el indígena está representada en los bordados “tenangos”, como lo muestra la antropóloga Lourdes Ramírez (2019) en las siguientes imágenes (fotografías 2 y 3) que ilustran el ejemplo citado.

En la fotografía 2 se muestra un bordado elaborado por el grupo llamado “Corazón Hñähñu”, en el que se observa a un hombre con la hoja de la planta de la cannabis y la leyenda “Ts’o paxi”, que en otomí significa “hierba mala”, para referirse a la cannabis cuando es utilizada de forma “personal” es decir, recreativa (Ramírez, 2019; conversación personal).

FOTOGRAFÍA 2. Bordado “Ts’o paxi”



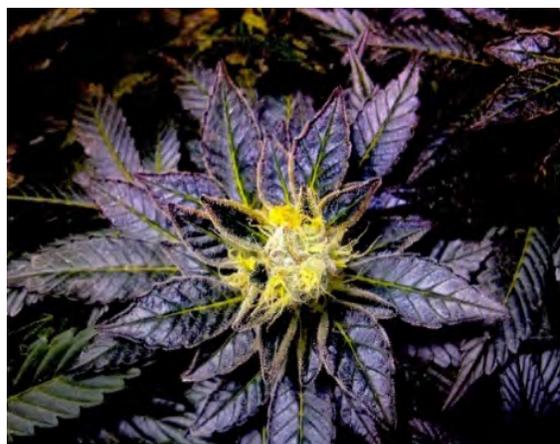
FUENTE: Lourdes Ramírez.

En la fotografía 3, en su lado izquierdo, se observa una planta de cannabis desde un ángulo cenital para mostrar las similitudes con la fotografía del lado derecho, que es un cojín bordado por “Corazón Hñähñu”. Las imágenes fotográficas acentúan que esta planta es parte de la cotidianidad entre estos grupos étnicos y que está intrínseca en su cosmogonía, por lo que la representan en distintos estilos de bordados. Estos cojines integran la primera serie del año 2018 que realizó “Corazón Hñähñu”. La técnica de bordado es conoci-

da como “tenangos”, pero en el lugar de origen la nombran bordado o trapo. Este bordado nació alrededor de los años cincuenta del siglo pasado en San Nicolás, Tenango de Doria, Hidalgo.

Es un arte textil contemporáneo que fue impulsado por dos factores: primero, por la sequía en la siembra que padeció la población en esos años, y segundo, por la falta de empleo que motivó a los hombres a migrar a Estados Unidos, mientras que las mujeres y los niños se quedaron solos. Las mujeres se organizaron y crearon el bordado para la obtención de ingresos propios.

FOTOGRAFÍA 3. Arriba: imagen cortesía de SRGS; abajo: fotografía de cojín artesanal



FUENTE: Héctor Francisco Servín Romero.

Lourdes Ramírez (2019) precisa que la región es representativa por sus costumbres y creencias, principalmente por sus prácticas rituales donde es utilizada la “Santa Rosa” (*Cannabis sativa*), que es considerada una entidad sagrada. Así que el tejer estos bordados en “Corazón Hñähñu”, en torno a

la cannabis, para las mujeres es un orgullo, según la investigadora.

En entrevista, el antropólogo Eduardo Zafra, experto en el tema cannábico y en el área de reducción de daños de drogas, abundó en el tema:

Nos puede contar, ¿cómo estos pueblos tienen la cotidianidad con la planta de la cannabis?

—Pues prácticamente son historias que han nacido, crecido y desarrollado toda su vida con algún vínculo con la planta de cannabis. En este caso, nos dimos cuenta de que estas sociedades eran pueblos que desde los primeros pobladores eran marihuaneros. Recordemos que hubo un tiempo en que la marihuana era permitida aquí en la Ciudad de México, creando una ruta cannábica que va desde los volcanes hasta San Lázaro, que era a donde llegaban estos trenes. Tenemos historias de ancianos que cuentan historias con sus padres o abuelos yendo a dejar cannabis a estos lugares.

En estos pueblos, ¿el estigma de la cannabis es diferente o cómo se ve a la planta?

—Mira, en esta región en la que yo estudié me pude percatar que el cannabis forma parte de las plantas que ellos utilizan y conocen; ellos viven en un hábitat que desde siempre se le ha llamado el Tlalocan, el paraíso indígena, precisamente por las condiciones climáticas y fértiles que ocurren ahí. Al cannabis no la ven como una planta prohibida, la ven como una planta más de todas las que están en su contexto y de la cual ellos también aprenden el conocimiento acerca de lo que hay en esas plantas.

“Por eso cuando ellos siembran una planta, siembran cien o trescientas, lo ven como algo normal, para ellos el delito es el mismo y son sociedades donde se permite el vasto cultivo; pero cada vez va más en decadencia, se está perdiendo la actividad por los operativos de la policía que ha extinguido cultivos por esta región, pero el culto y el ritual ahí siguen.

“Hace unos años apareció un culto en esa región y ahora se venera a la Virgen de Guadalupe,

por un hecho que pasó en un plantío de marihuana debido a una hierofanía,⁸ dentro de esta cosmovisión que ocurre en ciertos lugares, y se le empezó a llamar “virgen de la marihuana” y se le venera en una capilla que le hicieron. Esto ocurre en Los Altos de Morelos, por el Popocatepetl.

“Esto pasó por el 2004, estábamos haciendo lo último de la investigación de tesis cuando pudimos presenciar este hecho; cuando ocurre el “hecho divino”, como le dicen, y empieza el ritual en la región”.

Actualmente, en la comunidad mexicana, ¿cómo se ve al consumidor de cannabis por la cuestión de lo legal y lo ilegal con la nueva tendencia medicinal?

—Para mí eso de la llamada marihuana medicinal hay que verlo entre comillas, porque para mí es la “mal llamada marihuana medicinal”; hay que también informar a la banda que luego los comportamientos que se llevan a cabo alrededor de las sustancias, pues tienen que ver más el daño de las sustancias.

“Cuando se habla del uso de extracciones y no debidos procesos estamos incurriendo en un campo que no se debería. Cuando hablamos de marihuana medicinal sería llevarla de una manera orgánica, desde la siembra, la cosecha hasta la extracción, para tener el control de tus plantas para poder garantizar la calidad de tu producto; por eso es importante el autocultivo, porque tienes que aprender a cultivar para poder garantizar tu calidad”.

A partir de su postura como antropólogo, ¿cómo relaciona el estigma hacia esta planta aquí en México y cómo cree que ha afectado en tener al consumidor señalado como alguien diferente?

—Creo que los procesos han sido adecuados en ciertos campos. Digo, empezamos a ver algunos cambios como en el aspecto medicinal, aunque muchos no estamos de acuerdo en las cantidades y grados en cómo se está legalizando, porque nosotros estamos a favor del uso medicinal y recreativo con el autocultivo, y estamos

8 *Hierofanía*: Manifestación de lo sagrado en una realidad profana. Persona o cosa en la que se manifiesta lo sagrado (rae, 2019).

conscientes de que la mayor parte de los usuarios de cannabis es por uso recreativo, no tanto por el uso medicinal, que es un gran campo en ciertos rangos de edad como con las personas de edad avanzada y los beneficios que tienen por consumirla, que se han comprobado.

“El estigma ha ido cambiando poco a poco por estos beneficios comprobados del cannabis en ciertas áreas; tampoco podemos decir que la marihuana es la panacea de la curación, estaríamos cayendo en un error, pero sí estamos hablando de que el cannabis tiene beneficios comprobados en diferentes áreas y hay que aprovechar en todo eso.

“Y pues si somos responsables en lo que hacemos, decimos y comportamos, podemos consumir marihuana como si fuéramos a una boda y consumes vino, regresar a la casa con tu familia y ser funcional. Porque estamos hablando de sustancia, todas son iguales, sean legales o ilegales, nada más que a algunas se les ha dado el estigma dentro de qué es lo permitido y qué es lo prohibido, pero ¿quién lo ha hecho legal? A final de cuentas cada quien tiene vida propia y cada quien puede utilizar lo que quiera de una manera respetuosa”.

Algunos casos de gente que conozca o experiencias por ser discriminados por el uso de la planta.

—Ahora que participé en el estudio de Drogas DF, en la Comisión de Derechos Humanos, me pude percatar de las quejas que hay alrededor de una detención; cuando se te hace una detención por portación mínima de marihuana, y de la noche a la mañana ya eres narcotraficante, los patrulleros te están estigmatizando por como te ven, hacen detenciones arbitrarias, pero cuando tienes quince años eres chavo y te detienen por un porro, y luego te cargan con un kilo, pues te están estigmatizando y te están cambiando el modo de vida, porque te orillan a acercarte a la cárcel y a los anexos, porque ahora se te manda la segunda vez que seas detenido con posesión, te mandan por ley; y ahí en esto, se te están violentando tus de-

rechos como ser humano y no están atacando el problema como lo que es: un problema de salud y solo lo hacen de manera punitiva, y obviamente no está dando resultado. Hay caminos para hacerlo de manera efectiva.

¿Cómo ve la imagen que se le ha dado al marihuano y cómo cree que se pueda cambiar?

—Cuando estaba morro, pues fumaba en el barrio y pensaba que era así la experiencia; después, cuando estudio la carrera, veo que la marihuana está en todos lados. Me sorprende en ver la planta en otros círculos, que se consume en todas las profesiones y a estas personas no se les señala.

“Es importante hablar del posible daño en jóvenes y las diferentes edades en las que se puede consumir, para poder hablar que la persona tenga un sano juicio si quiere usar una planta, una sustancia o una droga, como le quieran llamar”.

La prohibición

LA INQUISICIÓN EN MÉXICO SANCIONÓ EL USO DEL CÁÑAMO (planta de cannabis). La prohibición se extendió a ciertas plantas, entre ellas, el peyote, el ololiuqui y los llamados pipilzintzintles, utilizadas en la medicina herbolaria por los grupos indígenas del país.

La prohibición y estigmatización de la cannabis por el arzobispo Lorenzana fueron reiteradas por edicto de fe el 11 de febrero de 1769. Los delitos que se sancionaron, por ejemplo, fue ejecutar curaciones supersticiosas, valiéndose de medios en lo natural inconducentes para la sanidad o abusando de los pipiltzintzintlis, peyote o de otras hierbas (Foro para la Regulación de la Cannabis en México.⁹ Cámara de Diputados. Abril, 2009. LX Legislatura; citado por el senador Ernesto Cordeiro Arroyo).

Se consideró el fumar marihuana como una “mala costumbre”, lo cual consigna Pérez Montfort (2016) de la siguiente manera:

mensajes modernizadores y europeizantes que llevan a la persecución y a la condena a

la brujería y a la creencia en los hechizos, así como el rechazo a la embriaguez y, desde luego, a los usos rituales de hongos, yerbas y medicamentos que apelaban usanzas de la antigüedad prehispánica y colonial, bien a bien no parecía haber mucha claridad sobre qué hacer con ellas. El conocimiento y las prácticas indígenas no acababan de convencer a los promotores del progreso y el orden, aun cuando gran parte de la población seguía acudiendo a sus remedios y concepciones del cuerpo humano, la enfermedad y la salud. (p. 29)

De esta manera, y paulatinamente, se diseñó un discurso que apelaba a la medicina, a la salud pública y a las leyes, para perseguir tanto el consumo como la venta y producción de “enervantes”, y que sustituyó a las antiguas actitudes aisladas que, por lo regular, invocaban a la moralidad (la lucha contra el vicio), lo que constituyó un intento más férreo de erradicar a los “morfinómanos” y los “marihuanos”.

El estigma del marihuano en la fotografía

En el documento *El Tribunal de Vagos de 1828-1848*,¹⁰ se estereotipa lo que es un “vago” en México. El documento suscribe la discriminación social de cierto sector de la población. Los argumentos para consolidar la imagen del “vago” consistieron en “una acción para combatir la vagancia”, “el crimen producido por la ociosidad”. La postura moral es encaminar a estas personas viciosas como miembros útiles para la sociedad.

En el documento se califica como vago a: desempleados y falsos mendigos; a hombres fuertes y sanos que no ejercían ningún oficio, incluyendo a los que vivían por medio de ingresos familiares, pero que se dedicaban a la “mala vida” del juego y la borrachera; sin embargo, eran sujetos ideales para ser arrestados y enlistados en el Ejército. La idea era “ratificar sus convicciones de que la mi-

seria es consecuencia del vicio, la flojera, y la falta de educación” (Gonzalbo, 2014, p. 36).

No solo es el “vago” el sujeto a enmendar; también surge la figura del “lépero”, personaje al que se relaciona con la pobreza, el crimen, el ocio y la vagancia. Prieto (2005) lo define como “el hombre pobre de las ciudades, minas y obrajes del México central en los siglos XVIII y XIX; pero también hasta tiempos de la independencia, el miembro de las castas, y, por tanto, distinto del indio, como tal” (p. 102).

Esta forma de estereotipar a determinados sujetos sociales, como el “vago y el lépero”, según Falcón (2008), muestra que

la identidad se construye a partir de la confrontación del ideal del yo individual y del ideal social. Por esa causa, el proceso de construcción de identidad tiene sentido y un origen que está íntimamente relacionado con los valores, principios y cultura del ambiente y es, indudablemente una construcción social. (p. 2)

En la fotografía 4 se observa “El pensamiento”, del colombiano-mexicano Rómulo Rozo (1932); en relación con ella, se construye la anécdota de que, al colocar una botella de mezcal o de tequila a los pies del hombre, es como se le retrata y se crea la imagen del “mexicano borrachito”.

FOTOGRAFÍA 4. “El pensamiento”



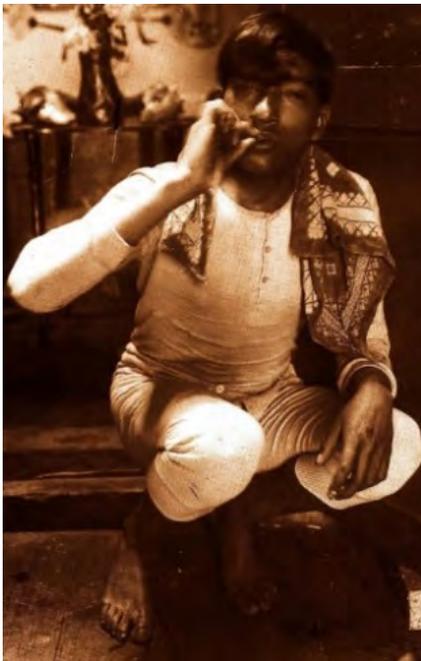
FUENTE: Rozo (1934).

¹⁰ Tribunal de Vagos (<https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/anuario-mexicano-historia-der/article/view/29402/26525>).

El personaje representado en la escultura de Rozo es un ejemplo de discriminación racial. John Reed, fotoperiodista estadounidense que viajó con el general Pancho Villa, expresó lo siguiente:

Nosotros los norteamericanos en verdad consideramos inferiores a las razas que no sean la nuestra. Llamamos a los extranjeros “bohunks”, “wops” y “chinks”: “greaser” es el apelativo común para un mexicano. Cuando pensamos en un mexicano frecuentemente nos lo imaginamos -en son de burla- achaparrado, un pequeño mestizo traicionero, de poco valor, apto para ser pateado en una cuadrilla de trabajadores. (John Reed, “La persecución de Estados Unidos a Pancho Villa”; texto citado en *Revista de Relatos e Historias de México*, 16, 2009)

FOTOGRAFÍA 5.



FUENTE: tomada del libro *Yerba, polvo y goma* (2014).

En la fotografía 5, tomada por Agustín Víctor Casasola, se representa a una persona de pelo negro y tez morena en cuclillas, en ropa interior de la época con un paliacate sobre sus hombros mientras fuma un carrujo de marihuana; lo vemos en su cuarto o en un espacio íntimo; en su mano

derecha, se aprecia la manera peculiar de sostener “el gallo” entre los dedos cordial e índice, de la misma manera observada en el retrato de María Sabina.

De la fotografía 5, Pérez Montfort (2016) dice: “Ser marihuano confirmaba una connotación afirmativa de lo vernáculo o lo común y corriente” (p. 142); lo que Gonzalbo (2014) ratifica al señalar que:

Al mexicano nunca se le ha dejado de considerar parrandero, alegre y burlón. Por ende, las prácticas relacionadas con el ocio y el esparcimiento muestran una infinita y rica diversidad. Nada más que hay que recordar cómo a raíz de que el trabajo se estableció como la actividad cotidiana predominante, éstas se le supeditaron. (p. 36)

Este tipo de representaciones del sujeto consumidor o fumador de marihuana muestran que “la fotografía constituye la metafísica de esa cultura visual actual. Este papel convierte los resultados de la cámara en productos que nos ayudan a entender metafísicamente esa cultura y movernos en ella” (Josep Ma. Casademont; citado por Fontcuberta, 2016, p. 13).

FOTOGRAFÍA 6.



FUENTE: Agustín Víctor Casasola.

La fotografía 6 es un retrato fiel de la cotidianidad en la Ciudad de México, a principios del siglo xx, en la que están tres sujetos al exterior de una pulquería, donde dos brindan con un tarro de pulque en mano, mientras el tercer sujeto está dormido recargado en la pared debido a la borrachera. Su vestimenta, que consiste en pantalones de manta color blanco, que son signo de personas pobres, al igual que la fotografía de "Juan el Moto", hace pensar en "el lépero", "los grifos"; sin embargo, en efecto, en un inicio son los obreros de trabajos duros como pueden ser las minas y el campo (Prieto, 2005).

FOTOGRAFÍA 7.



FUENTE: Archivo fotográfico Casasola.
FOTOGRAFÍA por Héctor Francisco Servín Romero/Museo de Arte de El Paso, Texas (2018).

FOTOGRAFÍA 8. "Don Chepito en México". Grabado de José Guadalupe Posada



FUENTE: fotografía por Héctor Francisco Servín Romero/Museo de Arte de El Paso, Texas (2018).

En la fotografía 8, "Don Chepito el Marihuano", personaje creado por el ilustrador Posada, este se distingue de marihuanos pobres, grifos, del barrio. Don Chepito es de la clase media, viste de traje y no con huaraches, y lo marihuano lo trae de nombre, porque nunca se le ve con porro en mano como a los buenos marihuanos.

En las fotografías 9 y 10 (representaciones sociales) se proyecta a léperos, pobres, marihuanos y grifos. Se agrega a los "demonios", los cuales impregnan de una postura moral por medio de la fe.

FOTOGRAFÍA 9. "Horrible suceso". Grabado de José Guadalupe Posada



FUENTE: fotografía por Héctor Francisco Servín Romero/Museo de Arte de El Paso, Texas (2018).

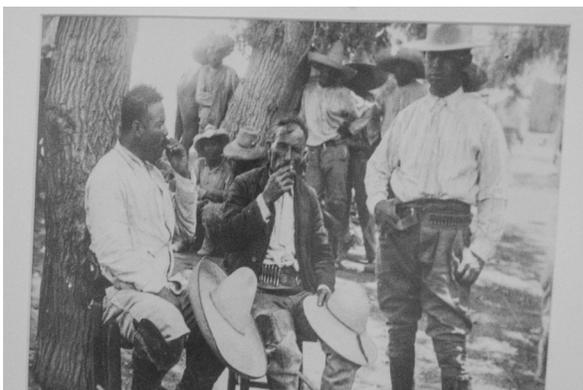
FOTOGRAFÍA 10. "Robo sacrilego". Grabado de José Guadalupe Posada



FUENTE: fotografía por Héctor Francisco Servín Romero/ Museo de Arte de El Paso, Texas (2018).

Según García Vallejo (2010), el ejército revolucionario mexicano consumió ochocientas toneladas de marihuana. Por otro lado, Schmidt (2015) relata cómo la Comisión Nacional de Marihuana y Abuso de Drogas de los Estados Unidos de América da a conocer un informe en donde declara que los soldados del ejército de Pancho Villa tenían fama de hacer libre uso de esta droga y confirma el dato de que el hábito de fumar marihuana en Estados Unidos no solo es influenciado por los negros, ya que también fueron culpables mexicanos y los indios del Oeste.

FOTOGRAFÍA 11.



FUENTE: Archivo fotográfico Casasola. Fotografía por Héctor Francisco Servín Romero/Museo de Arte de El Paso, Texas (2018).

En la fotografía 11 se observa al general Villa sentado y sosteniendo con sus dedos índice y

pulgar lo que suponemos (o al menos cabe la posibilidad de ser) es un carrujo de marihuana; posibilidad que está en función de cómo sostener un cigarrillo de tabaco con el personaje sentado a su lado.

El presidente Adolfo de la Huerta era amante de esta hierba, así como otros personajes populares revolucionarios, como el comandante zapatista Antonio Barona, a quien le apodaban "El Grifo", por su consumo excesivo de marihuana, pero también haciéndose famoso por sus hazañas en contra del ejército federal (Pérez Montfort, 2014, p. 142).

Es posible que algunas de las mujeres que participaron en la Revolución también fumaron marihuana. Las soldaderas, también conocidas como "adelitas", entre otros nombres como "vivanderas, comideras, galletas de capitán, Marías, chimiscolleras, soldadas, Juanas, cucarachas, argüenderas, mitoteras, busconas, hurgamanderas pelonas, guachas" (Poniatowska, 1999, p. 22).

En la fotografía 12 se muestra a "María, la Destroyer", personaje que representa a la mujer indígena hierbera y curandera de los revolucionarios. Se lee en la ficha técnica de esta fotografía lo siguiente: (sic) "María "La Destroyer" Zavala, who helped fallen soldiers die a less painful death."; esto podría ser por el uso de la marihuana para quitar dolores y, tal vez, tranquilizar al mal herido antes de morir.

FOTOGRAFÍA 12. "María, la Destroyer"



FUENTE: Archivo fotográfico Casasola. Fotografía por Héctor Francisco Servín Romero/Museo de Arte de El Paso, Texas (2018).

Conclusiones

ESPERAMOS QUE ESTE RECORRIDO A TRAVÉS DE ESTE PERSONAJE cannábico, mediante la fotografía documental, aporte la metodología visual para el análisis de imágenes fotográficas que representaron a sujetos sociales que fumaron marihuana y que históricamente pueden aportar datos para diseñar una historia de las drogas en México, que en palabras de Ricardo Pérez Montfort (2016) todavía son escasos.

Sin embargo, el análisis —si se quiere breve— de fotografías históricas como documentos sociales son un cúmulo de aportación de datos y, al mismo tiempo, confirman la hipótesis de Umberto Eco (1986) acerca de que no todos los fenómenos de la cultura se estudian a partir de estructuras lingüísticas, sino a través de códigos visuales.

Referencias bibliográficas

- Cartier-Bresson, H. (2015). *Ver es un todo. Entrevistas y conversaciones, 1951-1998*. Gustavo Gili.
- . (2017). *Fotografiar del natural*. Gustavo Gili.
- Eco, U. (1986). *Tratado de semiótica general*. Lumen.
- Fontcuberta, J. (2016). *Estética fotográfica*. Gustavo Gili.
- Goffman, E. (2006). *Estigma: la identidad deteriorada*. Amorrortu.
- Gonzalbo, P. (2014). *Historia de la vida cotidiana en México* (tomo V, vol. 2). El Colegio de México/Fondo de Cultura Económica.
- Kossoy, B. (2014). *Lo efímero y lo perpetuo en la imagen fotográfica*. Cátedra.
- Mandoki, K. (2008). *Estética cotidiana y juegos de la cultura*. Siglo XXI/Conaculta-Fonca.
- Sontag, S. (2018). *Sobre la fotografía*. Penguin Random House.
- Páginas electrónicas
- Ángeles López, G. E., Cristians Niizawa, S., Brindis, F., & Ventura Martínez, R. (2014). *Cannabis sativa L.*, una planta singular. *Rev. Mex. Cienc. Farmac.*, 45(4). Recuperado el 18 de abril de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=579/57940028004>
- Arrón, S. (1989). Documentos para el estudio del Tribunal de Vagos, 1828-1848: Respuesta a una problemática sin solución. *An. Mex. Hist. Der.*, 1, 215-235. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=821106>
- Báez Cubero, L. (2012). El uso ritual de la “santa Rosa” entre los otomíes orientales de Hidalgo: el caso de Santa Ana Hueytlalpan. *Cuicuilco*, 53, 155-174. Subdirección de Etnografía, Museo Nacional de Antropología, INAH. Recuperado el 22 de abril de 2020, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cuicui/v19n53/v19n53a8.pdf>
- Carrillo Quiroga, P. (2015). La investigación basada en la práctica de las artes y los medios audiovisuales. *Rev. Mex. Inv. Educ.*, 20(64), 219-240. Recuperado el 28 de marzo de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662015000100011&lng=es&lng=es
- Cuvardic García, D. (2009). La reflexión sobre el flâneur y la flaneríe en los escritores modernistas latinoamericanos. *Rev. Káñina*, xxxi-ii(1), 21-35. Recuperado el 25 de marzo de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=442/44248784002>
- Del Castillo Troncoso, A. (2007). La frontera imaginaria. Usos y manipulaciones de la fotografía en la investigación histórica en México. *Cuicuilco*, 14(41), 193-215. Recuperado el 17 de marzo de 2020, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=351/35112370008>
- Falcón, M. I. (2018). Anotaciones sobre identidad y “otredad”. [HTTP://WWW.PSICOPOL.UNSL.EDU.AR/MARZO08_01.PDF](http://www.psicopol.unsl.edu.ar/MARZO08_01.pdf)
- Hernández Cuevas, M. P. (2003). La Virgen Morena mexicana: un símbolo nacional y sus raíces africanas. *Afro-Hisp. Rev.*, 22(2), 54-63.
- Leal-Galicia, P., Betancourt, D., González-González, A., & Romo-Parra, H. (2018). Breve historia sobre la marihuana en Occidente. *Neurología.com, Rev. Neurol.*, 67(4), 133-40. <https://www.neurologia.com/articulo/2017522>
- Nivón Bolán, E. (2001). Acerca de la pendericiera e indisciplinada vida de los léperos capitalinos, de Ana María Prieto Hernández. *Alteridades*, 11(22), 135-137. Recuperado el 28 de marzo de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=747/74702211>
- Pérez Toledo, S. (1993). Los vagos de la Ciudad de México y el Tribunal de Vagos en la primera mitad del siglo XIX. *Secuencia, Rev. Hist. Cienc. Soc.*, 27. <http://secuencia>

mora.edu.mx/index.php/Secuencia/article/view/436/399

Prieto Stambaugh, A. (2017). La poética de la frontera. *Amerika*. Recuperado el 16 de marzo de 2020, de <http://journals.openedition.org/amerika/8331>

Schmidt, M. (2015). ¿Qué es y con qué se compara la marihuana? Doce Pasos Editores.

Suárez, J. H. 2008. La fotografía como fuente de sentidos. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso). https://www.academia.edu/24377165/La_fotograf%C3%ADa_como_fuente_de_sentido?email_work_card=view-paper

El lenguaje interdisciplinario

en la obra de Oskar Fischinger

**Darío D. Aguillón Gutiérrez¹
Alejandro Pérez Cervantes²**

¹ Licenciado en Diseño Gráfico por la Universidad Autónoma de Coahuila (Uadec). Máster en Comunicación Gráfica por la Universidad Autónoma de Barcelona (uab). Profesor-investigador de tiempo completo en la Escuela de Artes Plásticas de la Uadec en las asignaturas de Investigación en diseño, Historia del diseño y Mercadotecnia. Miembro del Cuerpo Académico "Expresión Visual". Sus intereses en la investigación son el diseño, la historia, la música, la tecnología, entre otros. Como profesional ha desarrollado proyectos de diseño, mercadotecnia e investigación durante quince años. Correo: dario.aguillon@uadec.edu.mx

² Doctor en Teoría Crítica y Maestro en Diseño Editorial por la Universidad de Monterrey (Udem). Colaborador de medios como Día Siete, Sin embargo, Vanguardia, Nexos, Literal y Relatos e historias. Premio Nacional de Cuento Julio Torri 2007 con Murania. Es autor del libro de textos periodísticos El muro y la grieta y del libro de ensayos sobre fotografía Los estatutos de la mirada. Profesor-investigador de la Universidad Autónoma de Coahuila (Uadec). Ha sido curador de proyectos sobre plástica y fotografía documental. Premio Nacional de Cuento Magdalena Mondragón 2019. Su novela Lengua de plata, sobre la vida del poeta Otilio González, fue finalista del Premio Internacional de Novela Lipp en el año 2017. Correo: alejandroperez@uadec.edu.mx

Resumen

Pocos artistas han tenido la habilidad de dominar y combinar distintos lenguajes artísticos como Oskar Fischinger. Pintor, músico, animador, cineasta e inventor nacido en Alemania, es un reflejo de la experimentación vanguardista nacida en Europa y exportada a Estados Unidos en el periodo de entreguerras, que tocó a todas las artes en la primera mitad del siglo xx. Su gran interés por el movimiento y la magia del cine, combinado con su formación como músico y artista plástico, derivó en la creación de obras enmarcadas en la llamada *música visual* o *música del color*, que consiste en el uso de estructuras musicales representadas visualmente en un contexto de abstracción cinematográfica. La música visual utiliza conceptos teóricos presentes, tanto en el lenguaje musical como en el visual, como el ritmo, la armonía y el cromatismo, y buscó reinterpretarlos en función de una expresividad artística.

Palabras clave: abstracción; animación; composición.

Abstract

FEW ARTISTS HAVE HAD THE ABILITY TO MASTER AND COMBINE different artistic languages like Oskar Fischinger. German-born painter, musician, animator, film-

maker and inventor, he is a reflection of the European avant-garde experimentation exported to the United States in the interwar period which touched all the arts in the first half of the 20th century. His great interest in movement and the magic of cinema, combined with his training as a musician and plastic artist, led to the creation of works framed in the so-called *visual music* or *color music*, which consists in the use of musical structures represented visually in a context of cinematographic abstraction. Visual music uses theoretical concepts present in both musical and visual language, such as rhythm, harmony and chromaticism, and reinterprets them based on artistic expressiveness.

Keywords: abstraction; animation; composition.

Introducción

EN EL PRESENTE TEXTO SE PROPONE UNA REVISIÓN A LA INTERESANTE obra del autor alemán Oskar Fischinger, incidiendo en sus aportaciones definitivas como antecedente fundamental de la animación contemporánea en sus recursos más esenciales; en la concepción, además de un código estético, de consideraciones técnicas que aun hoy persisten en su vigencia. Pero más allá del mero recuento de su trayectoria, coincidencias y desencuentros con otros contemporáneos nos interesa señalar los lin-

des, aún por explorar de su vasta obra, como, por ejemplo, su poco conocido trabajo documental.

Así, en el primer apartado damos seguimiento a la concepción primigenia de la relación entre imagen y sonido, así como a la forma en que esta fue evolucionando a lo largo de su vida profesional.

Asimismo, en el segundo bloque ampliamos en la designación de los elementos incorporados a la animación abstracta; sus recurrencias a la música clásica de los siglos XVIII y XIX, y los motivos gráficos de las culturas orientales en una primera etapa, para su posterior evolución hacia búsquedas más subjetivas y personales.

Todo este antecedente nos lleva en el siguiente apartado a centrarnos en la figura de nuestro autor estudiado: la circunstancia personal e histórica; el peso del temperamento, el clima cultural y las contradicciones de la industria con las búsquedas artísticas más íntimas. El entrecruce sinéctico de la luz y el sonido como respuesta ante lo que, para el autor, aparecía como un panorama estético agotado.

Este prólogo nos permite en el antepenúltimo bloque profundizar en los elementos compositivos de la música visual, que analizamos en su uso y aplicación en el ejemplo de su conocida pieza, *Un poema óptico*.

Finalmente, previo a nuestras conclusiones, abordamos un momento curioso de nuestro personaje —el breve tránsito por el registro documental— en contrapunto a sus preocupaciones abstractas, por las que sería reconocido posteriormente.

Breves consideraciones sobre la relación entre la luz y el sonido

EL USO DE LA MÚSICA Y LA IMAGEN, ASÍ COMO SU ITINERANTE relación, fue un aspecto que se fue flexibilizando con el paso del tiempo en la obra de Oskar Fischinger. Al principio visualizó la música como un merodetalle escénico, ornamental, secundario; como un recurso accesible para lograr la atención de la audiencia. Es famosa una opinión de su primera época don-

de llegó a afirmar que las películas deberían haber sido mudas. Más tarde, con la propia experimentación, sus preocupaciones discursivas se orientaron a la búsqueda de una perfecta sincronización de los ritmos sonoro y visual.

Es hasta sus últimos proyectos donde se asienta esta conceptualización de la imagen como un recurso subordinado a una banda sonora: las cambiantes imágenes en una suerte de recurso interpretativo secundario, dependientes de la pieza musical, que siempre se potenciaba en una especie de plano protagónico.

Así, la clasificación de la obra total de Fischinger es problemática, debido a su eterno desfase, ya que la consolidación de su arte se logra hasta finales de la década de los treinta del siglo pasado cuando las vanguardias alemanas ya tenían más de una década de haber pasado a la historia.

Más que la convergencia temporal o afiliación militante, lo emparentan con otros genios de su tiempo las mismas búsquedas, un extravagante perfil de creador intuitivo, ensimismado técnico y desaforado inventor, que se repite en personalidades como las de Fritz Lang o Friedrich Murnau: el artista plástico preocupado por los problemas técnicos y creativos en la concepción del ritmo cinematográfico: una preocupación diferente en campo, pero igual en intenciones, a las preguntas de Eisenstein en torno a la naturaleza, opciones y estrategias en el montaje de la imagen cinematográfica.

La animación abstracta: entrecruces y divergencias

FISCHINGER, PREOCUPADO DESDE MUY JOVEN POR LOS ASPECTOS de la técnica, la ingeniería y sus posibles entrecruces y aplicaciones con el campo del arte, en una suerte de convergencia temporal, no como una vanguardia declarada, conformó junto a Stan Brakhage y Norman McLaren los trabajos y conceptos sobre los que más tarde surgiría y se concretarían las bases de la llamada "animación abstracta". Separados geográficamente, hubo aspectos en el desarrollo de su obra personal que emparentaron

sus preocupaciones: principalmente en el hecho de que desde un sustrato técnico buscaron proponer los avances y recursos propios de la tecnología de su tiempo para amplificar los discursos y alcances artísticos, primero del arte musical y después de las expresiones audiovisuales.

Existe aún otro aspecto poco conocido de estos autores, y es el hecho de su genuina preocupación e interés por diversos aspectos de las culturas orientales. Por otra parte, una divergencia esencial entre los tres creadores es que mientras Brakhage y McLaren derivaron su obra hacia diversas modalidades de la animación, Fischinger buscó mantenerse casi siempre enfocado en el trabajo sobre las imágenes abstractas, aunque en algún momento de su vida colaboró en diversas producciones comerciales con elementos no-abstractos.

Es en este aspecto donde se impone la deriva temperamental inherente a todo proceso artístico: las propias particularidades del carácter de Fischinger lo empujaron a lo largo de su vida profesional a evitar el trabajo colaborativo: su irreducible defensa del proceso individual lo alejó, incluso, de colaborar con personalidades familiares, y aun al final de su vida terminó alejado o separado de personajes que en un momento fueron cercanos, como Walter Ruttmann y John Cage. Incluso, con algunos de los directivos de la Fundación Guggenheim, institución que más de una vez apoyó sus proyectos.

Oskar Fischinger, pionero de la animación contemporánea

CON FISCHINGER LO SONORO SE CONVIRTIÓ EN LO VISUAL Y, A LA INVERSA, LA FIGURA SE CONFORMÓ EN LO AUDIBLE, AL GRADO DE VOLVERSE AMBOS ELEMENTOS INDIFFERENCIADOS DE UNA MISMA OBRA. ES SUYO EL LOGRO MAYOR DE UNA SINCRONICIDAD HASTA ENTONCES —SI NO IMPOSIBLE— PROBLEMÁTICA: SITUAR EN UN MISMO ESPECTRO MÚSICA E IMAGEN.

Es debido a autores como él que hoy podemos hablar con absoluta naturalidad de un medio o un lenguaje “audiovisual”.

Oskar Fischinger nació con el siglo de las vanguardias. En un mundo en el que la búsqueda de nuevos lenguajes y formas emergentes de representar la vida, se imponía poco a poco sobre las viejas estructuras causando una drástica ruptura en todas las áreas del arte. Si bien desde el siglo XIX el impresionismo había cambiado la forma de representar la realidad, y el nacimiento de la fotografía y el cine la forma de percibirla, el siglo XX trajo una revolución de ideas tan radicales como propositivas. El arte descriptivo no satisfacía ya las necesidades creativas e intelectuales de las nuevas generaciones de artistas. Mientras la música buscaba la atonalidad, y el cine la alteración de la realidad, el arte encontró en la abstracción un nuevo lenguaje para simplificar y reducir —en ocasiones casi a su mínima expresión— conceptos e ideas tan profundos como universales. En el contexto de los movimientos europeos, como cubismo, futurismo, suprematismo o constructivismo, cuyo estudio son las formas geométricas como únicos elementos visuales necesarios para la representación de una nueva realidad, Fischinger empezó a experimentar y desarrollar un estilo que mezclaba imagen, movimiento y, posteriormente, sonido, que resultó en productos innovadores para la época.

El trabajo de Fischinger puede entenderse como un esfuerzo sinestésico para mezclar distintos estímulos sensoriales de manera simultánea utilizando las tecnologías de la época. Desde 1911, en *De lo espiritual en el arte*, Wassily Kandinsky (1989) había buscado la relación sensorial y espiritual entre formas, sonido y color exponiendo ideas como el *sonido interno* de las formas abstractas, entendido como un ente espiritual con propiedades identificables a ellas. Esta mezcla de estímulos o sensaciones también encontró cabida en otros experimentos que influyeron en el desarrollo de las técnicas de Fischinger. Inventos como la *Faberlicht Musik* (música de luz de colores) de Alexander László, pianista y compositor húngaro con quien Fischinger colaboró en 1926, que consistía en una presentación de música compuesta por él mismo, acompañada de proyecciones de formas y colores que asociaba con

el sonido. Algunos años antes, en 1910, el compositor ruso Alexander Scriabin había utilizado en su *Prometeo*, la *tastiera di luce*, un instrumento con teclado que asociaba notas musicales con colores específicos. En el caso de Scriabin, su condición sinestésica le permitía asociar colores a cada una de las tonalidades, y el instrumento diseñado por un fotógrafo de apellido Mozer le ayudaba proyectando un determinado color, de acuerdo con la tonalidad que se escuchaba y la vocal cantada por el coro (Taruskin, 2010).

Los experimentos tempranos de Fischinger con el color, se sirvieron de innovaciones de la época, como el *Gasparcolor*, sistema basado en tres colores desarrollado por el doctor Bela Gaspar, cuyas patentes serían posteriormente vendidas a la estadounidense Technicolor (Keefer, 2012). Estas influencias y la naturaleza creadora de Fischinger lo llevaron a inventar, a finales de los años cuarenta del siglo pasado, su propio dispositivo “para producir efectos de luz”, mejor conocido como Lumigraph. Este instrumento, presentado públicamente en 1951 y patentado en 1955, era tocado con las manos, que hacían movimientos dancísticos para producir colores fantásticos y crear *Sinfonías de color visual* (2012).

La música visual: un panorama

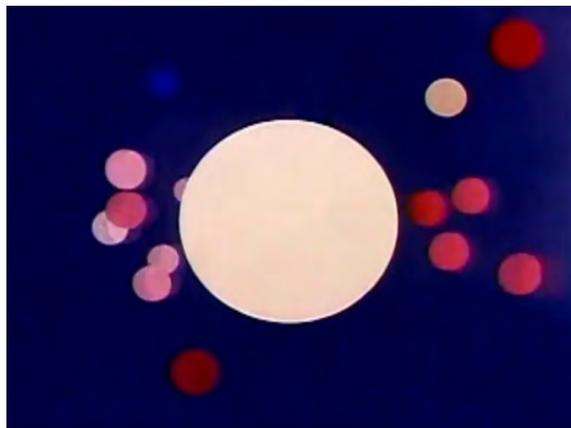
ADEMÁS DEL INTERÉS POR LAS TÉCNICAS Y TECNOLOGÍAS PARA producir imágenes, el interés de Oskar Fischinger por la imagen en movimiento es fundamental para el desarrollo de sus experimentos animados, el cual surge a partir de su acercamiento a la industria cinematográfica alemana de la década de 1910, en especial a la obra del crítico Bernhard Diebold —su ensayo “Expressionismus und Kino”, de 1916, ya proponía una mezcla de arte, música, danza y cine— y del cineasta Walter Ruttmann,

cuya obra *Lightplay opus I*, de 1921, influyó notablemente en el joven Fischinger (Bouhours, 2012). Además, la admiración que sentía por Paul Klee, quien por aquellos años enseñaba en la Bauhaus, donde, al moverse, el punto dibuja una línea materializando el “movimiento fundamental” (2012). El acercamiento de Fischinger a la industria del cine en Hollywood, se produjo después de que el régimen nazi considerara su obra como “arte degenerado”, lo que lo llevó a aceptar una oferta de Paramount Pictures. Esta relación con los grandes estudios cinematográficos le dio al artista cierta libertad y recursos para producir algunas de sus obras más conocidas.

Una de estas obras fue *Un poema óptico*, producido para Metro Goldwyn Mayer en 1937, en la que Fischinger hace gala de su habilidad para crear elementos visuales a partir del sonido. La base sonora es una versión orquestal de la *Rapsodia húngara n.º 2*, de Franz Liszt, y los elementos visuales que la acompañan son figuras geométricas básicas —cuadrados, triángulos y círculos— que danzan durante siete minutos al ritmo de la rapsodia. Ambos lenguajes se mezclan en función de los movimientos rítmicos, en los que las figuras geométricas aparecen, desaparecen y se mueven a distintas velocidades a lo largo y ancho de la pantalla, y la textura sonora generada por los instrumentos de la orquesta, se traduce en la cantidad de figuras que, a su vez, producen sensaciones de silencio y ruido.

Los recursos visuales representan también medios de la composición musical, como articulaciones —ligaduras y *staccatos*—, fraseos —que se representan con cambios de formas y tamaños— e, incluso, la altura de las notas —figuras grandes y pesadas para las notas graves, y figuras pequeñas y ligeras para las agudas.

IMAGEN 1. Fotograma de *Un poema óptico*, en el clímax de la *Rapsodia húngara n.º 2*, de Liszt

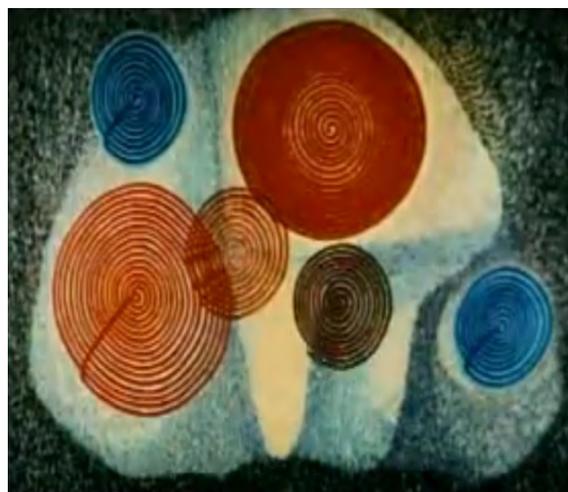


FUENTE:

Otra de las obras más celebradas de Fischinger es *Motion painting No. 1*, de 1947, en la que usa la música del *Concierto de Brandeburgo n.º 3 BWV 1048*, de Johann Sebastian Bach. La primera mitad de la obra, cuya duración total es de once minutos, es más un estudio de la línea que una danza de figuras geométricas. La línea forma espirales de distintos colores que poco a poco van llenando la pantalla, tal vez como representación visual de las voces que van construyendo el sonido. En la segunda parte, la tensión generada por la modulación del concierto a una tonalidad menor, se expresa también a través de figuras *in crescendo*, que saturan el espacio para dar paso a un nuevo vacío en el que se presenta un nuevo estudio de rectángulos de línea discontinua, que cambian a triángulos casi al mismo tiempo que el tema principal del concierto es reexpuesto en su tonalidad mayor.

La sincronización de ambos lenguajes es tal que en algunos momentos el número de líneas que se dibujan corresponde al número de notas por tiempo —tresillos, seisillos, etcétera—. La acumulación de elementos visuales persiste durante el resto de la obra, a tal grado de llenar la pantalla en su totalidad superponiendo una figura tras otra hasta los últimos compases.

IMAGEN 2. Fotograma de la primera sección de *Motion painting No. 1* con la música del *Concierto de Brandeburgo n.º 3*, de Bach



FUENTE:

Es frecuente el uso de piezas populares de la música de concierto o de música compuesta para filmes de la década de los treinta del siglo pasado. Se utilizaban piezas populares de los siglos XVIII y XIX, y canciones ligeras de bandas sonoras del cine, pero nunca se utilizó música de concierto contemporánea. Esto se debe probablemente a que se buscaba una mejor recepción de sus películas: animaciones abstractas combinadas con música eran fáciles de digerir; una mezcla de algo nuevo con algo familiar que fuera accesible para la audiencia (Jewanski, 2012).

TABLA 1. Filmografía de Oskar Fischinger, en la que utiliza piezas populares de la música de concierto o de la música para cine contemporánea. No se incluyen los filmes silentes, las piezas publicitarias ni los ejercicios experimentales

Año	Obra de Fischinger	Obra musical	Compositor
1929	Estudio n.° 1	Música de órgano en vivo	-
1930	Estudio n.° 2	Vaya, Verónica	Marek Weber y su orquesta
1930	Estudio n.° 3	Vinka	Will Coste
1930	Estudio n.° 4	Auf Wiedersehen	Mischa Spoliansky
1930	Estudio n.° 5	I've never seen a smile like yours	Justin Johnson y Eddie Frazier
1930	Estudio n.° 6	Los verderones	Jacinto Guerrero
1931	Estudio n.° 7	Danza húngara n.° 5	Johannes Brahms
1931	Estudio n.° 8	El aprendiz de brujo	Paul Dukas
1931	Estudio n.° 9	Danza húngara n.° 6	Johannes Brahms
1932	Estudio n.° 10	Aida	Giuseppe Verdi
1932	Estudio n.° 11	Pequeña serenata nocturna	Wolfgang Amadeus Mozart
1932	Estudio n.° 12	"Candle dance of the Kashmir brides", de Feramors	Anton Rubinstein
1932	Coloratura	What could be so lovely as your love?	Austin Egen
1933	Estudio n.° 13	Obertura a "Coriolano"	Ludwig van Beethoven
1934	Kreise	Vals "Venusberg", de Tannhäuser	Richard Wagner
1934	Muratti greift ein	The doll fairy	Josef Bayer
1935	Composición en azul	Obertura a "The merry wives of Windsor"	Carl Otto Nicolai
1936	Allegretto	Radio Dynamics	Ralph Rainger
1938	An optical poem	Rapsodia húngara n.° 2	Franz Liszt
1941	An American march	Stars and stripes forever	John Philip Sousa
1947	Motion painting No. 1	Concierto de Brandenburgo n.° 3	Johann Sebastian Bach

FUENTE:

Un poema óptico

EN TODOS LOS FILMES SONOROS DE FISCHINGER PODEMOS ENCONTRAR la combinación del lenguaje visual y el lenguaje musical para producir una obra única, digna de analizar desde la perspectiva de conceptos comunes, como el ritmo, el tono, el color o la armonía. Para realizar un breve análisis, hemos elegido el filme *An optical poem*, de 1938, pues, además de ser una de las pocas obras de Fischinger que se encuentran accesibles para el público, es uno de sus trabajos más desarrollados en términos técnicos y conceptuales. La obra, de siete mi-

nutos, fue producida para Metro Goldwin Mayer y, según un texto de Bruce Posner que antecede a la película, consistió en cientos de recortes de figuras en cables invisibles, que construyen una danza animada al ritmo de la segunda *Rapsodia húngara*, de Franz Liszt.

Al inicio del filme, el propio Fischinger nos muestra que el objetivo de este es representar visualmente las imágenes mentales que se producen al escuchar música y enseguida la animación se inicia, mientras suenan las primeras notas de una versión orquestal de la *Rapsodia* de Liszt. De

acuerdo con el análisis realizado, podemos encontrar las siguientes conexiones entre lenguajes.

- *Forma*: la propia estructura de la *Rapsodia*, dividida en secciones, da pie a la utilización de distintas formas básicas, como círculos, cuadros, rectángulos y triángulos. Las distintas secciones de la partitura, se representan con figuras diferentes cambiando de círculos a rectángulos, a triángulos y nuevamente a círculos durante toda la obra. Estas formas responden a la altura del sonido. Las notas graves son representadas por formas pesadas, mientras que las notas más agudas son representadas por formas muy pequeñas. La cantidad de las formas se relaciona con la cantidad de instrumentos de la orquesta que participan. Cuando suena una sola voz instrumental, se representa con una figura única. En el momento del clímax, cuando todas las secciones de la orquesta suenan, la cantidad de círculos aumenta considerablemente hasta saturar la pantalla.

- *Ritmo*: la variación rítmica de la *Rapsodia*, se representa a través de la repetición de las formas, dependiendo de la duración de la nota musical. La pieza tiene un ritmo de 2/4, es decir, dos notas negras por compás. Al sonar una nota blanca, la forma es única y decrece lentamente desde el centro de la pantalla. Al disminuir la duración de la nota disminuye el tamaño de la forma y se empiezan a formar grupos de dos, tres o cuatro unidades. Al sonar semicorcheas, fusas o secciones *ad libitum*, las formas se agrupan en mayor número y se vuelven intermitentes.

- *Color*: las formas presentan colores en función de la altura del sonido. Las notas más graves son más oscuras, mientras que las notas más

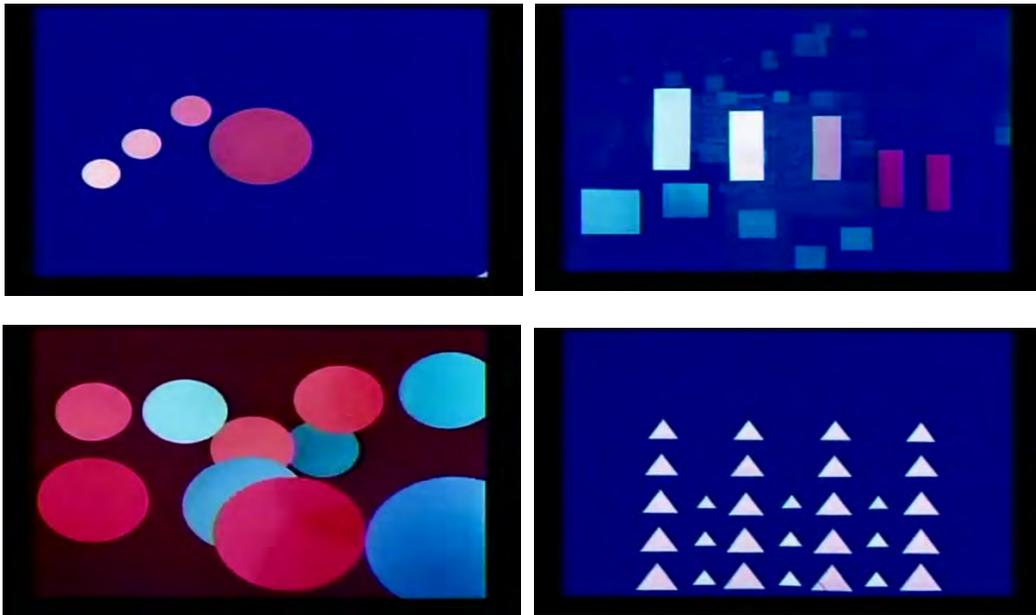
agudas son más claras. Esto es evidente en los acordes iniciales de la pieza, pesados y oscuros, mientras que los trinos más agudos son representados por pequeños triángulos blancos. Durante la sección danzante de la pieza, las formas circulares hacen un juego visual en parejas contrastadas por el tono, acompañadas de otros círculos más pequeños en otros tonos.

- *Movimiento*: al inicio de la pieza, las formas normalmente parten del centro y se mueven hacia la izquierda. La velocidad del movimiento responde al *tempo* de la pieza, que se inicia *lento* pero tiende a acelerarse. El *sempre acelerando* la lleva hasta un *vivace* y finaliza en un *prestissimo*, en el que la intermitencia de las figuras es mucho más marcada.

- *Tonalidad*: la pieza está escrita en do sostenido mayor, haciendo modulaciones a fa sostenido mayor, que en la sección *Friska* se convierte en el centro tonal y la tonalidad original se vuelve dominante. Los cambios de modo, de menor a mayor o viceversa, son representados por el cambio de figuras. Las secciones en modo menor son más lentas y con figuras con mayor peso visual, mientras que las secciones en modo mayor tienen un *tempo* más acelerado y figuras de menor tamaño y duración en la pantalla.

- *Equilibrio*: la primera sección de la obra tiene un carácter asimétrico, pues las figuras se mueven únicamente hacia el lado izquierdo de la pantalla. Conforme avanza hacia el clímax, el equilibrio visual va ganando terreno hasta llegar al momento en el que el círculo central permanece y las demás figuras danzan a su alrededor, saturando la pantalla de formas, color y movimiento equilibrado.

IMAGEN 3. Fotogramas de *Un poema óptico*, donde se aprecian elementos visuales, como forma, ritmo, peso, color y equilibrio



FUENTE:

Un autor documental semioculto

GENERALMENTE CONOCIDO POR SU IRREDUCTIBLE PREDILECCIÓN por el uso de la imagen abstracta en su discurso plástico musical, hay un momento poco conocido en la obra y la vida de Fischinger, que lo vinculan a la preocupación acerca del registro documental y a la tesis sobre su análogo interés sobre el montaje con sus colegas contemporáneos rusos. Es el año de 1927 cuando decide realizar un peculiar y largo viaje a pie, intentando recorrer los más de quinientos kilómetros que separan a Múnich de Berlín, con estaciones intermitentes en las zonas rurales de la región. Lleva apenas una maleta y su cámara, con la que busca realizar un registro objetivo de la vida cotidiana de los lugares incluidos en su ruta. Meses después organizará todo ese material en el corto que aún se conserva, titulado *Paseo a pie por Múnich y Berlín*, un experimento, donde, a pesar de su carácter rabiamente documental, ya se vislumbran las preocupaciones en torno a la relación entre el tiempo, las imágenes, el movimiento y el ritmo derivado

de su entrecruce. Será este trabajo el que lo catapultará a su breve relación —como encargado de los efectos especiales— con Fritz Lang en *La mujer en la luna*. Esta experiencia iría marcando la pauta y su concepción en torno al elemento abstracto y su deslinde del realismo.

Más tarde, como parte de un texto de una muestra dedicada a su obra en el Museo de San Francisco, en el año de 1947, resumiría esta conclusión estilística definitiva:

Una película normal es realismo fotografiado. No hay nada de un sentido creativo artístico absoluto en ella. Copia la naturaleza con concepciones realistas, destruyendo la profundidad y la absoluta fuerza creativa que sustituye y sobrepasa a los realismos. Incluso la película de dibujos animados contemporánea está en un nivel artístico muy bajo. Es un producto de masas de proporciones industriales y eso, por supuesto, limita la pureza creativa de una obra de arte.

IMAGEN 4. Fotograma de "Walking from Munich to Berlin by Oskar Fischinger"



FUENTE: <https://vimeo.com/54587466>

Conclusiones preliminares

ESTE BREVE ACERCAMIENTO A LA OBRA DE FISCHINGER, UNA suerte de estado de la cuestión respecto a su vasta obra, puede proponerse como un punto de partida para amplificar la investigación y las discusiones en torno a las naturalezas discursivas —con sus similitudes y desviaciones— entre los lenguajes musical y visual, principalmente en el contexto de la abstracción cinematográfica. El análisis de las obras mencionadas, así como de muchas otras creadas por Fischinger, puede profundizarse desde la perspectiva de músicos, artistas plásticos, diseñadores, cineastas o animadores, a fin de aportar a la ampliación teórica, en primera instancia, en torno a las teorías de la *música visual*, así como difundir su existencia y práctica entre la comunidad creativa; y en una segunda intencionalidad —más amplia— reconocer los orígenes, evolución, derivas y nuevas concepciones en torno a fenómenos, estrategias y problemas inherentes al montaje de los elementos visuales y auditivos vinculados en el discurso audiovisual: en la animación, el diseño, el arte cinematográfico y las novísimas concepciones en torno a las artes visuales, donde el sonido —y su inseparable relación y contraposición respecto a la imagen— se ha posicionado ya como un elemento crítico e insoslayable.

Referencias bibliográficas

- Bouhours, J. (2012). Oskar Fischinger and the European Artistic Context. En C. Keefer & J. Guldemon (Eds.), *Oskar Fischinger 1900-1967. Experiments in Cinematic Abstraction* (pp. 33-39). eye Filmmuseum.
- Brown, R. (2012). The Spirit Inside Each Object: John Cage, Oskar Fischinger, and "The Future of Music. *J. Soc. Am. Mus.*, 6(1), 83-113. <https://doi.org/10.1017/S1752196311000411>
- Jewanski, J. (2012). The Visions of Oskar Fischinger and Alexander Lászlò in 1935/36 about a New Way of Visualizing Music. En C. Keefer & J. Guldemon (Eds.), *Oskar Fischinger 1900-1967. Experiments in Cinematic Abstraction* (pp. 135-139). eye Filmmuseum.
- Kandinsky, W. (1989). *De lo espiritual en el arte*. Premia.
- Keefer, C. (2012). An Interview with Barbara Fischinger. *The Lumigraph*. En C. Keefer & J. Guldemon (Eds.), *Oskar Fischinger 1900-1967. Experiments in Cinematic Abstraction* (pp. 193-200). eye Filmmuseum.
- Keefer, C. & Guldemon, J. (Eds.). (2012). *Oskar Fischinger 1900-1967. Experiments in Cinematic Abstraction*. eye Filmmuseum.
- Taruskin, R. (2010). *The Oxford History of Western Music, Vol. 4: The Early 20th Century* (p. 200). Oxford University Press.

Entender el arte

desde el diseño y viceversa

Carina Acosta Mendoza¹

¹ Correo: caacosta@uacj.mx

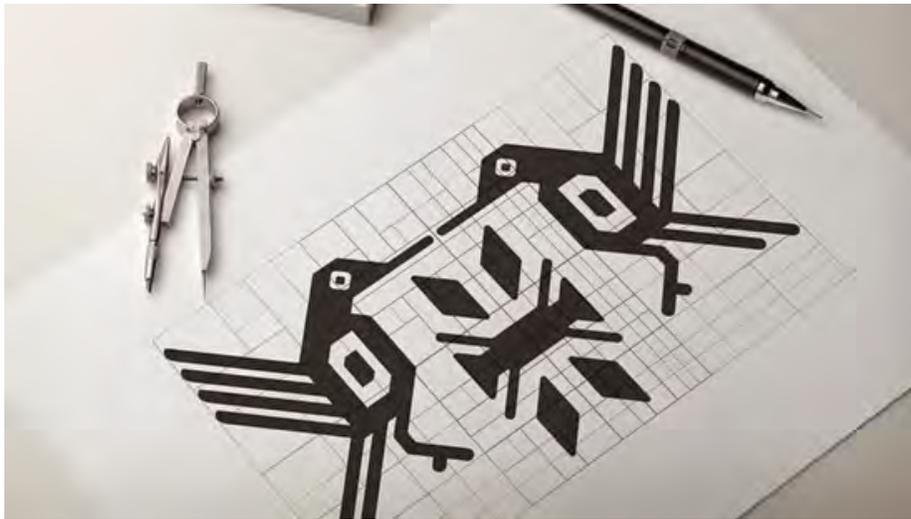


FOTO: CORTESÍA Christian Pacheco Quijano / Kimbal.com.mx



FOTO: CORTESÍA Christian Pacheco Quijano / Kimbal.com.mx

El diseño no es arte y el arte no es diseño. Esta es una discusión que desde hace tiempo ha estado en boga por artistas y diseñadores. Pareciera que el diseño es arte y el arte es diseño y que no hay forma de separarlos, según el trabajo del diseñador gráfico y artista mexicano Christian Pacheco Quijano.

Christian Pacheco es un diseñador gráfico nacido en la Ciudad de México, quien ha colaborado con marcas como DC Comics, Hard Rock Hotels, Warner, entre otras; ha presentado sus trabajos de

diseño y arte en varios países como Estados Unidos, Inglaterra, Francia, España y China.

A lo largo de su trayectoria, Christian ha compartido con el mundo las tradiciones mexicanas a través del arte y el diseño, en donde a partir del uso de la retícula crea simbolismos visuales representativos de la cultura mexicana. Actualmente se especializa en la creación de patrones aplicados a mobiliario, objetos, arquitectura, entre otros.

En parte, uno de los objetivos de su trabajo es mezclar la cultura mexicana con la geometría,



FOTO: CORTESÍA Christian Pacheco Quijano / Kimbal.com.mx



FOTO: CORTESÍA Christian Pacheco Quijano / Kimbal.com.mx

creando así simbolismos representativos de las tradiciones, como los tejidos artesanales, los colores contrastantes, las formas geométricas encontradas en grabados antiguos como formas antropomórficas, de animales, de la naturaleza, entre otros.

Uno de los proyectos más actuales y representativos del diseñador es el Camazotz, quien es un Dios murciélago asesino en la mitología prehispánica. El proyecto fue presentado en la convocatoria de la compañía Warner Bros para rendir homenaje al personaje Batman, quedando como finalista la representación del artista y diseñador.

La apariencia del personaje llama la atención, ya que coincide visualmente con la imagen del



FOTO: CORTESÍA Christian Pacheco Quijano / Kimbal.com.mx



FOTO: CORTESÍA Christian Pacheco Quijano / Kimbal.com.mx

Batman (personaje de ficción); el trabajo de Christian Pacheco desde la investigación se plasma en el concepto de la escultura, destacando grabados mayas y la forma antropomórfica del personaje al cual se le veneraba y que visualmente tenía una cabeza de murciélago y un cuerpo humano. El tallado de la escultura consta de representaciones simbólicas mayas y zapotecas, dotando así de una visual muy peculiar a la obra.

El trabajo del diseñador gráfico y artista expone la manera en cómo a partir del diseño y el arte, y cómo a través de la cultura popular mexicana se conforma una firma de diseño, cuya función no es solo la estética, sino la comprensión conceptual de los significados, los cuales están llenos de historia y tradiciones mexicanas, lo que coadyuva a entender el arte desde el diseño y el diseño desde el arte de una manera visual, funcional y conceptual.



FOTO: CORTESÍA Christian Pacheco Quijano / Kimbal.com.mx