

INGRID KUMMELS (coord.), *Espacios mediáticos: cultura y representación en México*,. Edición Tranvía- Verlag Walter Frey. Berlin 2012. 419 pp.

El Colegio Internacional de Graduados ubica este libro dentro del tema “Espacios de las representaciones”. Ingrid Kummels y el equipo que reunió para esta obra, logró una óptica poco tratada sobre una dimensión del espacio, las prácticas sociales y las mediáticas dejando claro que también a través de las interfaces de las tecnologías visuales se produce cultura y se crean nuevas formas de identidad. Como resalta la propia coordinadora, los variados artículos toman como eje de su análisis además de diversas formas de espacios mediáticos, la cultura visual, la situación de los actores sociales en contacto con ellos, así como las diversas maneras de reconfiguración de las relaciones y las prácticas cotidianas involucradas en los procesos identitarios que se rescatan en cada capítulo.

Viajar por sus cuatro apartados fue sin duda una aventura interesante entre múltiples tópicos y estilos. El orden expositivo que se guarda en el libro permite al lector de entrada aproximar una visión general del tratamiento que recibe el tema: “evitar entender *medios* ligado exclusivamente a las tecnologías de masa moderna”, lo que se resuelve al interpretar no sólo la simbología iconográfica de una fotografía, una pintura, una pieza arqueológica o un film, sino también al trascender hacia la iconología, al contexto espacio temporal en que fueron creados e incluso sobre el o los sujetos proyectados en las obras visuales.

Tres son las categorías que circulan a lo largo del texto: 1. Los espacios mediáticos o *médium* como articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales; 2. La cultura como un campo de signos y prácticas en transformación que la gente experimenta y crea en su vida cotidiana; y 3. El tema de la identidad, como producto de discursos y representaciones de la movilidad virtual y geográfica.

Fotografías, pinturas, piezas arqueológicas, películas, videos y eventos populares conforman un discurso bien logrado que, como rescatan Pérez y Köhler “demuestran que los conocimientos no son la prerrogativa de los académicos y tampoco tienen que estar plasmados por escrito para ser reconocidos”. A mi parecer fue atinada la agrupación temática del libro: por un lado se encuentra el

análisis de materiales visuales, y el otro, la acción colectiva que produce la cultura visual a través de eventos populares, para cerrar atinadamente con tres trabajos que cierran la discusión teórica al respecto de la propuesta de interpretación de los espacios mediáticos.

En conjunto el libro consigue explicar cómo agentes sociales brindan argumentos visuales para la construcción de historias que, de acuerdo don Deborah Dorotinsky, hacen posible crear “hábitos de visión” que mezclan la tradición y la cultura para lograr formas diferentes de entender y expresar el tiempo y espacio.

Parafraseando a Kummels, un elemento muy destacable del trabajo es el hacer evidente cómo los medios y las formas de comunicación se enriquecen con nuevas tecnologías emergentes como componentes de los procesos sociales y culturales, y de la relación entre las prácticas de comunicación, la acción social, la identidad y los diversos matices culturales.

Queda claro a lo largo del texto como los diálogos desarrollados por las tecnologías de la comunicación, la política, las relaciones de poder y la experiencia colectiva producen, retomando a Zamorano, “diálogos heterogéneos con el contexto social y político en el que son producidos y en el que circulan”, por tanto el propio libro no podría quedar excluido de esta particularidad dialógica que lo hace un material muy atractivo y versátil como consulta, como anecdótico y como obra científica.

Sería injusto calificar como bueno o no tan bueno este o aquel capítulo por el cuidado que se nota en la elaboración del texto; se nota el profesionalismo de cada investigador al abordar los temas, el cuidado de la edición no sólo en el contenido, sino además en la calidad de las imágenes. El texto por si mismo es un “espacio mediático de cultura y representación” de algunos aspectos de México.

*María Angélica Galicia Gordillo*