

## **Ingeniería en comunicación social del jazz en la ciudad de México. Apuntes desde la noción y el concepto de lo público**

### **Engineering in social communication of the jazz in the Mexico city. Notes from the notion and concept of the public**

### **Engenharia de jazz de comunicação social na Cidade do México. Notas da noção e conceito do público**

Jesús Galindo Cáceres

Grupo Ingeniería en Comunicación Social, GICOM

[arewara@yahoo.com](mailto:arewara@yahoo.com)

*Fecha de recepción: 1 de noviembre de 2016*

*Fecha de recepción evaluador: 3 de diciembre de 2016*

*Fecha de recepción corrección: 5 de diciembre de 2016*

## **Resumen**

El texto está compuesto de tres partes. La primera parte desarrolla cinco puntos sobre lo Público. Punto uno. Una primera aproximación a la noción de lo público. Punto dos. Etimología de lo público. Punto tres. Más sobre la definición general de diccionario. Punto Cuatro. Presencia y sentido común. Punto Cinco. Concepto operativo. La segunda parte desarrolla otros cinco puntos sobre la Comunicación. Punto seis. Sobre la comunicación social y lo público. Punto siete. Etimología de la palabra comunicación. Punto ocho. Definición de diccionario de la palabra comunicación. Punto nueve. Análisis definición de la palabra comunicación. Punto diez. Comunicología e Ingeniería en Comunicación Social. La tercera parte desarrolla tres puntos sobre la Ingeniería en Comunicación Social, la Comunicación y lo Público, explorando el caso particular del Jazz en la Ciudad de México. Punto once. La Comunicología y lo público. Punto doce.

Ingeniería en Comunicación Social, la comunicación y lo público. Punto trece. El Jazz en la Ciudad de México. Una primera aproximación. Punto catorce. Comunicología e Ingeniería en Comunicación Social del Jazz en la Ciudad de México. Punto quince. Ingeniería en Comunicación Social del Jazz en la Ciudad de México. Construcción de lo público a través de la comunicación.

**Palabras clave:** Público, Comunicación, Ingeniería en Comunicación Social, Jazz, Ciudad de México.

### **Abstract**

The text is composed of three parts. The first part develops five points on the Public. Point one. A first approximation to the notion of the public. Point two. Etymology of the public. Point three. More about the general dictionary definition. Point Four. Presence and common sense. Point Five. Operative concept. The second part develops another five points on the Communication. Point six. On social communication and the public. Point seven. Etymology of the word communication. Point eight. Definition of dictionary of the word communication. Point nine. Definition of the word communication. Point ten. Communication and Engineering in Social Communication. The third part develops five points on Engineering in Social Communication, Communication and Public, exploring the particular case of Jazz in Mexico City. Point eleven. Communication and public. Point twelve. Engineering in Social Communication, communication and public. Point thirteen. The Jazz in Mexico City. A first approximation. Point fourteen Comunicología y Ingeniería in Social Communication of the Jazz in the City of Mexico. Point fifteen. Engineering in Social Communication of the Jazz in the City of Mexico. Construction of the public through communication.

**Keywords:** Public, Communication, Engineering in Social Communication, Jazz, Mexico City.

### **Resumo**

O texto é composto por três partes. A primeira parte desenvolve cinco pontos no Público. Ponto um. Uma primeira aproximação à noção de público. Ponto dois. Etimologia do público. Ponto três. Mais sobre a definição geral do dicionário. Ponto Quatro. Presença e senso comum. Ponto Cinco. Conceito operacional. A segunda parte desenvolve outros cinco pontos sobre a Comunicação. Ponto seis. Sobre comunicação social e público. Ponto sete. Etimologia da palavra comunicação. Ponto oito. Definição de dicionário da palavra comunicação. Ponto nove. Definição da palavra comunicação. Ponto dez. Comunicação e Engenharia em Comunicação Social. A terceira parte desenvolve cinco pontos em Engenharia em Comunicação Social, Comunicação e Público, explorando o caso particular do Jazz na Cidade do México. Ponto onze. Comunicação e público. Ponto doze. Engenharia em Comunicação Social, comunicação e público. Ponto treze. O Jazz

na Cidade do México. Uma primeira aproximação. Ponto quatorze Comunicología y Ingeniería en Comunicación Social do Jazz na Cidade do México. Ponto quinze. Engenharia em Comunicação Social do Jazz na Cidade do México. Construção do público através da comunicação.

**Palavras-chave:** Público, Comunicação, Engenharia em Comunicação Social, Jazz, Cidade do México.

## Presentación

Este es un texto que presenta la convergencia entre dos proyectos en desarrollo en el Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Por una parte, dentro del programa de investigación del GICOM, Grupo Ingeniería en Comunicación Social, hace tres años inició la última etapa de trabajo en el Proyecto sobre el Jazz en la Ciudad de México, el proyecto inició en el año 2010 en su primera etapa, en el 2014 en su segunda etapa. Derivado de otra línea de trabajo del GICOM, que también se desarrolla en el ICGDE-BUAP, la de colectivos sociales y movimientos sociales, el proyecto sobre el jazz llega al final de una primera fase en este año 2016. El segundo proyecto es sobre el tema de lo público, que inicia en el año 2015, y está aún en su etapa de emergencia inicial. Ambos asuntos toman forma en este texto, se trata de explorar lo trabajado en la línea de investigación sobre el jazz bajo la perspectiva de lo público. Este encuentro favorece a ambos proyectos, a uno le permite percibir el asunto desde un punto de vista diverso al que tuvo en la mayor parte de su ciclo de trabajo, y al otro le permite tomar forma con información concreta, lo que beneficia su claridad y precisión en prospectiva, cuando se aplique la visión de lo público a otros temas.

El trabajo en el proyecto del jazz en la Ciudad de México tiene la configuración del programa metodológico general de la Ingeniería en Comunicación Social, el diagnóstico a través de una matriz etnográfica y una cartografía historiográfica, para la síntesis posterior de tendencias posibles del modelo de operación encontrado en el presente a partir de las trayectorias del pasado que lo componen. El trabajo etnográfico lleva varios años y continúa en operación, el trabajo historiográfico también. La entrevista y la observación participante han sido tecnologías de observación y registro de información. El análisis semiótico discursivo narrativo ha sido la tecnología complementaria para el trabajo de campo. Así pues miremos por un momento que sucede cuando el jazz en la Ciudad de México es mirado a través de la configuración conceptual de lo público.

## Primera parte. Lo Público

### Punto uno. Una primera aproximación a la noción de lo público

La noción de público es un tema que aparece sólo cuando percibimos los diversos usos que hacemos de ella, sus implicaciones, y sus consecuencias. Algunos de estos usos son parte de un sentido común que se ha ido construyendo a través del tiempo por usos y costumbres. Ese es un tema relevante para la exploración de su significado actual, cuál es la genética del origen de los diversos conceptos actuales, cuáles son los más comunes, y cómo se ha movido su genealogía. Lo público aparece en primera instancia con una connotación directamente en contraste con lo privado, lo que es de pertinencia de muchos, o de algunos todos, y lo que es pertinente sólo para los pocos, para unos cuantos. La dimensión política aparece de inmediato, ¿cuándo emerge esa pertinencia?, ¿en dónde está su límite?, ¿hasta qué punto es necesario identificar con claridad sus ámbitos de jurisdicción legal y moral?

Parece que lo público y lo privado se requieren como dos caras de una moneda. Cuando todo es pertinente para todos, lo privado desaparece, pero también lo público, ya no es necesaria su percepción. Cuando algo sólo es de incumbencia de algunos, de pocos, aparece lo privado, pero también lo público que se define por oposición. Hay asuntos públicos y asuntos privados, esto quizás proviene de una genealogía en el mundo de la propiedad y los intereses particulares, del poder, la dominación, la hegemonía. Por ejemplo, en el caso de la Ingeniería Social sus operaciones tecnológicas suelen ser de pertinencia pública, pero también suelen ser asunto de intereses privados, de un sector, de un grupo, de un individuo. Las operaciones de la Ingeniería Social se aplican en lo público, favoreciendo en general intenciones particulares, y siendo sólo claras para los que las operan, no para los que forman parte del objeto de operación. Si esas operaciones dejaran de ser privadas en sus intenciones y sus configuraciones, los objetos tendrían opción de colaborar y oponerse con mayor claridad. El ámbito público de la Ingeniería Social tiene una dimensión privada en su vector de dominación. Opera desde lo privado en el espacio de lo público. En sentido estricto la Ingeniería Social ha sido parte de lo privado.

Una definición de diccionario es útil en este punto antes de seguir adelante. “Público. Del latín *publicus*, el término público es un adjetivo que hace referencia a aquel o aquello que resulta notorio, manifiesto, patente, sabido o visto por todos. Por ejemplo: “Un hecho público de semejante magnitud no pudo pasar desapercibido para el presidente”, “Diego Maradona es una figura pública y debería saber que sus palabras siempre son reproducidas por los medios de comunicación de todo el mundo”, “No tuvo ningún pudor para desnudarse en público””.

Lo primero que llama la atención es su cualidad de adjetivo, es decir es algo que completa el sentido de un sustantivo, de un estado de cosas, de un objeto, de una identidad. Hay cosas públicas y otras no. Lo segundo que llama la atención es la cualidad de su visibilidad, denota lo notorio, lo manifiesto, lo patente, lo sabido por todos. Es decir, si no es visible en estos sentidos, no es público. Es decir, puede haber asuntos que podrían ser públicos y no los son, porque no son visibles. Y por otra parte está la connotación legal, hay asuntos que son públicos por definición, si no son visibles, deben hacerse visibles. Estas dos vetas son muy pertinentes en este momento. Una cosa es que algo sea visible y por ello es público, y otra es que por prescripción deba ser visible. Acá tenemos dos perspectivas de operación en Ingeniería Social. Una que construye lo público a través de hacer visible lo que no lo es, Y otra que construye lo público a priori, por mandato, asuntos que son públicos por definición deben ser visibles todo el tiempo. Ambas operaciones sobre lo público son pertinentes a una Ingeniería social, y distintas en su configuración tecnológica. Hay una tercera opción, hacer público lo que por prescripción debe ser público, pero por intereses se configura en forma privada, aquí aparece la figura de la denuncia como una operación básica.

Lo público tiene entonces una constructividad social dual, por un lado, consiste en visibilizar lo invisible a posteriori, y por otra prescribe lo visible a priori. La vida social se mueve entre estos dos movimientos. Y en su contraparte, lo privado, invisibiliza por pertinencia de lo particular, o mantiene invisible algo por prescripción legal. Los cuatro movimientos conforman el espacio de posibilidades primario de este asunto de lo público desde una perspectiva de Ingeniería Social. El elemento central de lo público respecto a la Ingeniería Social es el asunto de la visibilidad, de ahí las acciones de publicar y ocultar, y por otra parte la importancia del vector constructivo de esa visibilidad para constituir lo público. Sabemos que algo es público porque es visible, todo parece recaer en esta figura constructiva en un primer lugar.

## **Punto dos. Etimología de lo público**

En este punto iniciemos la presentación por el apunte etimológico. “Del latín publicus, del latín popolicus, del pueblo. Publicus es una contracción de popolicus (de populus, el pueblo), perteneciente al pueblo”. Aquí el concepto adquiere una connotación claramente política. Lo público es lo concerniente al pueblo. Y pueblo es el ámbito de lo general de lo general de los miembros de un dominio social, una región, una nación, una demarcación étnica-cultural-política. En este sentido se puede hablar del pueblo de la ciudad de México, del pueblo de la nación mexicana, del pueblo de la raza negra, del pueblo de los aficionados al rock o al jazz, del pueblo del partido de la unificación. Todo esto es pertinente, pero la primera pertinencia es territorial, pueblo es el conglomerado de personas adscritas a un dominio territorial con una definición cultural y/o política. La cosa se pone complicada. Por una parte, pueblo es sólo aquel conglomerado de personas que comparten usos y costumbres, tradición, sangre, localidad. Así que lo público es lo

que compete a todos los miembros de ese dominio. Pero a partir de ahí lo público en el sentido de dominio se mueve, no siempre es requisito que los asuntos de cultura, sangre y territorio estén presentes. Lo público se redefine con los medios de difusión, en el sentido de hacer visible, público es lo que aparece en los medios. Y ahora con los social media, público sería lo que aparece en las plataformas de las redes sociales. Es decir, el hacer visible lo no visible adquiere ahora más relevancia que nunca. Todo lo que aparezca en internet es público, por su visibilidad, no por su pertinencia a cultura, sangre y territorio.

Parece que estamos ante una tensión estructural en el concepto de lo público, por una parte, lo que es pertinente a una congregación que comparte historia, cultura, sangre y territorio, y por otra parte todo lo que se hace visible a través de los medios que lo permiten. Dos conceptos extremos que se tocan cuando se prescribe que todo lo del primer dominio debe ser publicado a través de la operación de una segunda configuración, la de los medios. Aquí la oposición con lo privado vuelve a tener pertinencia. ¿Qué es propio de lo público en el sentido general de pueblo?, ¿qué no es propio de todo el pueblo, sólo de partes de él, o de particulares?, ¿cuándo algo del ámbito de lo privado se vuelve de interés público?, ¿cómo se identifica lo que es propio de lo público en general, y lo que ya no lo es? Hay un vector de sentido común en toda esta discusión, pero también una presencia clara de la ley y la previsión a priori de lo que es y lo que no es público.

### **Punto tres. Más sobre la definición general de diccionario**

Un apunte más sobre la definición de diccionario ayudará a tener un marco general de base sobre lo que significa la noción de público. En los diccionarios aparecen estas ocho nociones de lo público como referente general desde el espacio de significado y sentido que recoge este tipo de exploración general estándar de una palabra.

Sustantivo.

1. Que pertenece a todos los ciudadanos de un lugar.
2. Espectadores de cualquier acto.

Adjetivo.

3. Que no es privado, en parte o completamente.
4. Algo que es del dominio de todos.
5. Algo conocido por todos.

Verbo.

6. Hacer público, publicar, hacer saber a todos.

7. Confiscar para uso público, de todos.
8. Hacer un espectáculo.

En la figura del sustantivo, la segunda definición es muy común, hablar de público cuando se reconoce al conglomerado concreto que está asistiendo al acto de hacer visible algo, sobre todo en el sentido de espectáculo, ya sea artístico, político o religioso. Por regla general ese último aspecto tiene otros nombres específicos como grey, comunidad, o algo similar. El caso es que en este sentido la palabra denota un espacio físico compuesto por un grupo de personas que asisten al acto de publicación. El público sería ese grupo de personas. De ahí que lo público también tiene un referente al grupo de personas que asisten, que atienden, a lo publicado. De esta manera puede haber un referente de lo público a un grupo mayor del que en un momento es el público del evento de publicación. Es decir, un público es el fenómeno específico de lo público en un momento dado, y quedan fuera de ese momento otros componentes de lo público que en el momento del evento no son público del acto de publicación. Aquí quedan separadas las dimensiones apuntadas de lo público como sustantivo en general, y como verbo en particular.

En la figura del adjetivo está el centro del uso de la palabra, así que las tres definiciones son las más precisas de todas. La exploración adjetiva cubre todo lo señalado hasta aquí, el tema de lo privado, con la salvedad que puede ser sólo en forma parcial parte de lo público, lo cual señala un tema legal central. Los otros dos conceptos separan el efecto de dominio, la pertinencia de algo visible para todos los miembros de un dominio de lo colectivo, y por otra parte la determinación de que sólo lo que es visible para ciertos miembros del dominio de lo público es público en un momento dado, es visible, conocido. Esto conecta en forma directa con la figura del verbo, el acto de hacer visible, hacer público. Algo es público hasta que es publicado, y es público sólo para una parte del dominio referente de la totalidad del colectivo implicado, sólo es público para los que se enteran, pero todos deberían estar enterados. Así queda explorado en buena forma el espacio conceptual de lo público desde una perspectiva general.

La Ingeniería Social, y la Ingeniería en Comunicación Social en particular, entran en juego aquí en las dos operaciones ya mencionadas antes, haciendo público para un público lo público. Y en sentido inverso inhibiendo que sea público lo que es pertinente para el dominio público. La Ingeniería ajusta en acción lo que es pertinente en posibilidad haciéndolo real, o evitando que eso sea posible. En nuestra vida social tenemos suficientes ejemplos para ambos casos. Una tercera posibilidad es la de hacer público lo que no es pertinente desde un marco legal para un público, es decir sacar de la pertinencia de lo privado asuntos y noticias, haciendo público lo que no lo es. Haciendo visible lo que no debería ser visible para lo público. Y sobre este tercer caso también tenemos ejemplos en nuestra vida social. Así que van quedando temas apuntados hasta aquí. ¿Cuál es el

dominio de lo público?, ¿qué se determina en forma legal o cultural como pertinente para lo público?, ¿Cómo se hace público lo que es pertinente de lo público? ¿Cómo se construye el espacio social público?, ¿cómo se inhibe que lo que tiene pertinencia pública suceda?

La acción de publicar es el corazón de la Ingeniería Social de lo público. Y por otra parte la definición de la agenda de lo público es clave para guiar esa acción de publicar. Lo que lleva al principio de todo, la definición del dominio de lo público tanto en un sentido general demográfico-geográfico-cultural-político, como en un sentido específico de públicos específicos. En un momento dado algo que es pertinente en su visibilización en lo público, se inhibe o se hace público para ciertos públicos específicos primarios o exclusivos. ¿Cuándo un sistema de información o parte de él es pertinente para ser percibido por una parte o la totalidad de un sistema de comunicación social?

### **Punto Cuatro. Presencia y sentido común.**

El marco anterior parece aclarar en buena parte la pertinencia de lo público para la vida social contemporánea. Todo ese marco de juicios y argumentos tienen un nicho en el sentido común, en la mentalidad popular, en los usos del término en la vida cotidiana. Este es un tema muy importante, si todo lo dicho fuera parte del sentido común, muchos elementos de derecho a la información y a la comunicación estarían vigentes y en ejercicio, pero no lo están. El sentido común tiene su propia versión del tema, su propia práctica, sus usos y costumbres.

En primer lugar, está el asunto del Binomio de lo Público-Privado.

- Argumento aplicado en el orden de la vida religiosa. Quizás el origen de este aspecto tenga su genética en el mundo eclesiástico, con aquello de que hay cosas de la iglesia como institución, y cosas de la iglesia como seguidores. Que tiene su marco en aquello de que hay cosas divinas, de pertinencia exclusiva de Dios, y sólo los agentes eclesiásticos, los sacerdotes y su jerarquía tienen acceso pertinente a ello. Así cualquier asunto puede hacerse privado aludiendo a su pertinencia exclusiva del mundo eclesiástico. Esta configuración de orden ha pasado al mundo civil con normas muy similares. Aquello de las cuestiones de estado, que no son propias del vox populi.
- Aplicado en el orden de la vida civil separando lo que es de interés público y lo que es de interés privado. Aquí lo importante es aquello señalado como publicable y lo que no, es decir, lo que es propio de lo público y lo que no. La definición de esta distancia es pertinente sobre todo a las élites, que definen todo lo que pertenece al ámbito de sus intereses e intenciones como exclusivo de su dominio privado. Lo público es lo que pertenece al dominio del resto de la ciudadanía, el público de las acciones privadas de las élites con pertinencia pública. En sentido inverso no hay pertinencia. Todo lo privado



de los ciudadanos es público si así conviene a los intereses e intenciones de las élites.

- Aplicado en la vida religiosa y civil separando lo que requiere ser publicado y lo que no requiere ser publicado. De esta forma la acción de publicar es sobre todo pertinente a las élites, el público de sus acciones no tiene recursos ni pertinencia de hacer opinión pública o de publicar en algún sentido. Esta configuración cambia cuando aparecen los medios alternativos de publicar, y sobre todo cuando aparece internet y las redes sociales. El caso de Julian Assange y Wikileaks es ejemplar en este último sentido.

Un segundo ámbito del sentido común es el del concepto de empresas públicas. Las empresas públicas son aquellas administradas por el Gobierno, en el sentido de delegación de lo público, el pueblo, que les otorga el mandato de gestionar en beneficio de lo público, del pueblo, ciertas empresas de servicios públicos. El capital con el cual son gestionadas proviene de lo público, del pueblo, y se trata de que el ejercicio de sus acciones sea en beneficio de lo público, del pueblo. Se diferencian de las empresas privadas, cuyo capital está en manos de empresarios o inversores autónomos, particulares, que no manejan el dinero estatal, público, del pueblo, sino su dinero personal, privado, particular. Esto parece claro para la mayoría, aunque no sea claro cómo es que opera, no hay una clara publicidad, publicación, de cómo operan estas empresas en beneficio de lo público, del pueblo.

Aquí se ubican en derivación de esta noción general muy común de lo público, la empresa pública, otros conceptos también muy arraigados en la retórica de lo político y lo periodístico, Propiedad pública, Interés público, Opinión pública, Dominio público. Aquí el juego de lo público y lo privado, del interés y las intenciones de las élites, es el centro de la acción y la construcción de representaciones. Lo público es público sólo cuando conviene a lo privado o a las elites, una parte del dominio público. Aparece como proyecto alternativo el tema de ¿cómo sería la situación si lo público fuera pertinencia de todos los miembros y actores de ese espacio-tiempo dominio?, ¿cómo se lograría eso? El tema de la Democracia está presente en estas preguntas.

### **Punto Cinco. Concepto operativo.**

Después de este corto pero intenso caminar por los pasillos y las veredas de concepto y la noción de lo público, llegamos a una síntesis de sentido posible. Lo Público, que es del dominio de todos los miembros de una comunidad o asociación. Y en ese sentido la acción de publicar está en función de ese dominio. Todos los que están debajo del dominio específico de lo público en un momento dado, tienen derecho pertinente a estar enterados de todo lo que sucede bajo ese dominio, y por otra parte tienen el derecho a participar en las acciones constructivas del espacio-tiempo de ese dominio. El ámbito

más inclusivo y exigente de lo público propone que todos los individuos que forman parte del dominio de lo público, participen y tienen derecho a conocer y operar en las acciones constitutivas del dominio que los implica y los define. Algo así podría ser el tono ideal del concepto, y de ahí partir a todos los asuntos concretos que lo aterrizan y lo vuelven materia de la observación, la reflexión, el análisis y la operación, de algún tipo de Ingeniería social e Ingeniería en Comunicación Social.

## **Segunda Parte. La Comunicación**

### **Punto seis. Sobre la comunicación social y lo público**

Asociar lo público a la comunicación no es tarea simple y rápida. Quizás el elemento que podría ocupar el lugar de un vaso comunicante sea el de comunidad. Lo público en su vector pueblo tiene fuertes componentes del sentido de la palabra comunidad, los que comparten lo común, los formados o constituidos por algo común compartido. Parecería desde este punto de vista que lo público y la comunicación tienen mucho que compartir. exploremos esta asociación posible desde diversos puntos de vista.

La palabra comunicación apunta hacia un proceso y un producto de configuración de comunidad. Los miembros de una comunidad pueden interactuar porque comparten referentes comunes que se los permiten, la comunicación como situación resultado de un proceso de configuración de comunidad. Y por otra parte los miembros de una posible comunidad tienen que interactuar para conformar referentes comunes, resultado de lo cual se constituirán en una comunidad propiamente tal al compartir y configurarse por esos referentes comunes. Así que el tema de lo público como status comunitario es equivalente a la conformación de una situación de comunicación al compartir los integrantes de ese dominio referentes comunes que lo conforman como una unidad en la diversidad. Y por otra parte está el proceso, la acción de formar comunidad, a través de operar en lo necesario para que los referentes comunes estén presentes en el status comunitario en movimiento de constitución. Lo público como publicación parece que está asociado a este segundo fenómeno, el de conformación de comunidad, el de construcción de un sistema de comunicación, de una situación comunitaria a partir de los referentes comunes así establecidos.

La Ingeniería en Comunicación Social operaría en el proceso de conformar comunidad, status de comunicación, gestionando todo lo necesario para que los referentes comunes constituyan a ese dominio operativo de lo social comunitario. Es decir, la Ingeniería Social opera para conformar lo público, en el sentido de proceso de comunicación consolidado y exitoso, la formación de comunidad social. Y como se ha dicho con anterioridad también puede operar para el proceso inverso, descomponer a la comunidad y desestructurar la comunicación comunitaria. Algo que la Sociología dice que sucedió en el proceso de conformación del mundo contemporáneo y su

individualismo consumista. Cómo sucede todo esto es campo propio de la Ingeniería en Comunicación Social.

### **Punto siete. Etimología de la palabra comunicación**

Para confirmar parte de lo dicho en el punto anterior un apunte sobre la etimología de la palabra comunicación viene bien. Del latín *communicare*, intercambiar, compartir, poner en común. De *communis*, común, público. Del latín antiguo *comoinis*, del indoeuropeo *ko-moin-i*, común, público, intercambiado juntamente, poseído en común. De *ko-*, juntamente. De *kom*, juntamente y *+moi-n*, intercambio de servicios, de *moi-*, de *mei-*, cambiar, intercambiar. Y *-cion*, acción de, proceso, estado, resultado, efecto. Del latín *-tionem*, acusativo de *-tío*, de *-tion*, acción, proceso, estado, resultado. Sufijo nominal de *-atus*, que recibe una acción, que posee, *+io*, acción, proceso, estado. En este contexto el significado de la palabra comunicación podría frasearse como acción, proceso, estado, de poner en común, de intercambiar, de compartir.

La palabra comunicación contiene un concepto complejo, quizás de los más complejos con los que contamos en nuestro mundo contemporáneo. La imagen de asociar lo separado, de unir lo desunido, de intercambiar entre los aislados, de compartir entre los distantes y diversos. Tiene la figura de la tendencia a la unidad, algunos podrían afirmar que es una noción asociada a la búsqueda de la totalidad. La comunicación te une a la totalidad, y al mismo tiempo es la estructura que permite que la totalidad sea una o no lo sea. En su versión en la vida social el concepto es muy sugerente y complicado. Lo separado y distinto puede estar vinculado y tejido. Quizás aparezca en nuestro horizonte la imagen del totalitarismo en diversos sentidos, la construcción de algo homogéneo, parejo, similar, que desaparece o reprime las diferencias, la diversidad. Puede ser, eso es posible, ha sido posible como situación histórica. Pero la comunicación es algo más complejo también, porta la imagen de la unidad en la diversidad, en la diferencia, en la distancia. Esta segunda connotación es muy rica en posibilidades. La ventaja de la articulación estructural de sistemas distintos es una de las enseñanzas de la naturaleza, del devenir ecológico general. Y no es simple ni sencilla, es dura, es ruda. La vida social se mueve en un sentido similar y con cualidades también similares. Pero el asunto sigue en curso, y las posibilidades constructivas de una cosmología de la comunicación son inmensas.

### **Punto ocho. Definición de diccionario de la palabra comunicación.**

En los diccionarios aparecen diversos sentidos de la palabra comunicación, sería posible en otro contexto buscar las genealogías de cada uno, y reproducir la matriz en la cual se ubican en forma histórica y contemporánea. Lo que tenemos ahora es una simultaneidad en donde todos esos sentidos operan, no con el mismo peso ni con la misma intensidad, y colaboran en ciertos puntos y se oponen en otros.

Una síntesis de esta diversidad semántica puede aparecer en forma sintética como sigue:

- 1) Acción y efecto de hacer que se sepa. Transmisión.
- 2) Acción de transmitir. Hacer parte de una cosa. Estar en relación con otros. Informar. Existir paso entre dos lugares. Tener correspondencia unas personas o cosas con otras.
- 3) Acción y efecto de hacer a otro partícipe de lo que uno tiene, de escribir, manifestar o hacer saber a alguien algo.

Que incluye a todos estos sentidos presentes en diversas definiciones de comunicación en los diccionarios de uso común en español.

- 1) Conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito.
- 2) Consultar con otros un asunto, tomando su parecer.
- 3) Establecer medios de acceso entre poblaciones o lugares.
- 4) Tener correspondencia o paso con otras.
- 5) Extenderse, propagarse.
- 6) Trato, correspondencia entre dos o más personas.
- 7) Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.
- 8) Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujeas, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.
- 9) Cada uno de estos medios de unión entre dichas cosas.
- 10) Papel escrito en que se comunica algo oficialmente.
- 11) Escrito sobre un tema determinado que el autor presenta a un congreso o reunión de especialistas para su conocimiento y discusión
- 12) Figura que consiste en consultar la persona que habla el parecer de aquella o aquellas a quienes se dirige, amigas o contrarias, manifestándose convencida de que no puede ser distinto del suyo propio.
- 13) Correos, telégrafos, teléfonos, etc.

Como puede apreciarse la comunicación en un sentido operativo es tecnología social, es una configuración de operaciones para publicar, para formar públicos, para conformar lo público en sus diversas connotaciones. Comunicación y Público están constituidos en el mismo proceso constructivo de lo social. Lo público es efecto de la comunicación, la formación de lo público se debe a la comunicación, la comunicación es el operador técnico que posibilita que lo público se gestione, se constituya, se consolide. De esta manera es sencillo entender que la Ingeniería en Comunicación Social es la forma en que todas estas operaciones se hacen evidentes y se pueden operar a voluntad en la forma de la técnica, y la forma en que nuevas operaciones se pueden sintetizar para los mismos fines. Y como hemos venido diciendo, también para los procesos inversos.

### **Punto nueve. Análisis definición de la palabra comunicación**

En un primer apunte comunicológico sobre la palabra y concepto que nos ocupa, aparecen cuatro dimensiones constructivas que operan por separado y en forma articulada en configuraciones complejas. Las cuatro dimensiones son las siguientes:

- 1) Difundir. Mover información de una entidad perceptiva a otra.
- 2) Estructurar. Unir lo separado.
- 3) Interactuar. Modificar por efecto mutuo de acción e información.
- 4) Expresar. Acción a partir de lo común, de lo compartido.

La comunicación es una eficaz forma de percibir, entender y construir lo social. Cada una de estas cuatro operaciones tiene un efecto práctico y de sentido en una claridad y eficiencia conceptual simple y compleja a la vez. Son muchas las operaciones que pueden identificarse con la palabra comunicación, pero estas cuatro implican cuatro dimensiones del acontecer de la vida social desde una perspectiva comunicológica. Las relaciones sistémicas entre dos entidades son en principio de difusión o de interacción, un sistema modifica en forma unilateral a otro, o ambos se modifican a partir de su intercambio de acciones, objetos, situaciones, sentidos. En este proceso básico aparece una estructuración del status de dichos sistemas, una reestructuración en sentido estricto, a partir de la cual expresaran una configuración de acción y sentido distintos al momento previo de su contacto y relación social. La comunicación de esta manera aparece como una forma eficaz de percibir el movimiento de la vida social.

Lo público es un efecto de comunicación en el contexto presentado. Un pueblo, una entidad comunitaria, lo es gracias a la operación de acciones que los llevaron a ese status, estructuración, y a partir de ahí se presentan como una entidad con identidad, expresión. Y eso sucede por macro y micro acciones de dominación o de colaboración, difusión e interacción. En la otra veta de lo público, el efecto de su construcción, la comunicación es el proceso en el cual lo público se construye. De esta forma los dos

vectores de lo público coinciden en dos dimensiones de la comunicación, la expresión y la estructuración, a los cuales la Comunicología agrega dos dimensiones más para observar y operar en uno y otro sentido, la difusión y la interacción. La Ingeniería en Comunicación Social es la forma experta en diagnosticar estas situaciones e intervenir o acompañar para su reproducción o modificación.

### **Punto diez. Comunicología e Ingeniería en Comunicación Social**

La definición de Comunicología según la Real Academia de la Lengua a partir de 1992, por gestión de Don Eulalio Ferrer, es la siguiente.- “Ciencia interdisciplinaria que estudia la comunicación en sus diferentes medios, técnicas y sistemas”. Una década después el GUCOM, Grupo hacia una Comunicología Posible, a través de Jesús Galindo, su fundador y gestor, propone otra definición de Comunicología.- “Estudio de la organización y composición de la complejidad social en particular y la complejidad cosmológica en general, desde la perspectiva constructiva-analítica de los sistemas de información y comunicación que las configuran”. Reflexionemos un momento a partir de ambas definiciones.

La Comunicología es la ciencia de la comunicación. Su status tiene complicaciones legales y de legitimidad. No existe como tal en la nomenclatura oficial de la ciencia contemporánea. El asunto no es muy grave, esa ciencia oficial tiene muchos otros problemas en su configuración de discurso general para la vida contemporánea. Ese es otro tema. El asunto es que en su genealogía como estudios académicos sobre comunicación social, el tema que le dio legitimidad fue el de los medios de difusión masiva de información. En ese nicho se reprodujo en forma institucional por medio siglo, así que no es tarea fácil sacar a esos estudios de esa burbuja de confort. Lo único que ha alterado ese status es la presencia inmensa de las llamadas Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación. Ante esta inestabilidad la respuesta oficial ha sido promover un nuevo lugar dentro de los estudios de los medios y dejar que las aguas se tranquilicen. En otros escenarios la comunicación ha desbordado a los estudios institucionales sobre medios, hacia otros tópicos y desde otras perspectivas. Los Estudios Culturales tuvieron parte de responsabilidad en este giro, y hubo otros fenómenos que aceleraron el desbordamiento, como los nuevos estudios sobre las organizaciones a través de la Teoría Estratégica. Mientras todo eso pasaba, el título académico general para el campo institucional académico de la comunicación ha sido el de ciencias de la comunicación, apostando a un lugar que no es disciplinario y que se pretende multidisciplinario, o interdisciplinario, incluso transdisciplinario, pero que termina siendo siempre sobre medios de difusión, y ahora sobre las NTICs. No hay Comunicología en forma oficial, hay Ciencias de la comunicación.

En ese contexto institucional las propuestas de Comunicologías posibles han surgido al margen del poder académico, pero conectadas a él de alguna forma para

subsistir. Tres de esas propuestas son las de Richard Lanigan en Estados Unidos, y las de Eulalio Ferrer y Jesús Galindo en México. Europa está muy tranquila con sus Sociologías, no ha necesitado pensamiento comunicológico en particular. Así que la Comunicología no es oficial, pero existe, y los tres programas mencionados han desarrollado propuestas que quizás nunca tengan la legitimidad de las Sociologías, pero ahí están. El caso mexicano es peculiar. La Comunicología de Eulalio Ferrer se propone práctica, incluso registra como marca el nombre de Comunicología Aplicada. Y en el caso de Jesús Galindo, se configura como una meta ciencia, que tiene su parte práctica o aplicada en la Ingeniería en Comunicación Social. De esto hay bibliografía suficiente para mostrar ambos casos.

La Comunicología Posible de Galindo se integra a partir de un gradiente constructivo de diversas fuentes en el pensamiento social provenientes de la Sociología, la Antropología, la Psicología Social, la Lingüística, la Semiótica, la Economía Política, y la Cibernética. De todo este bagaje, selecciona a la Cibernética y la Semiótica como fuentes básicas, y a la Sociología y la Antropología como fuentes complementarias. Los conceptos centrales son los de sistema de información y sistema de comunicación, y a partir de ellos construye un aparato conceptual que tiene su utilidad básica en la percepción de lo social, para que mediante la observación y registro de información se puedan sintetizar diagnósticos para la imaginación de la Ingeniería en Comunicación Social.

La Ingeniería en Comunicación Social tiene de esta manera un sustento teórico que abarca ciencias sociales, económica, semióticas y del control, sintetizado en una Comunicología General con funciones de meta teoría, de teoría general de muchas teorías de otro alcance hasta llegar a las teorías particulares de las fuentes científicas mencionadas. A partir de ese punto la Ingeniería procede con un programa metodológico que se mueve en dos fases generales comunes a toda ingeniería, el diagnóstico de problemas y la síntesis de soluciones. Para el tema de lo público ese es el procedimiento general que se lleva a cabo, diagnosticar situaciones en sus trayectorias y tendencias, y luego identificar los elementos que detonan con mayor productividad la reproducción de una situación o su cambio de status. Lo público pasa por este programa metodológico para el diagnóstico situacional y la síntesis de soluciones posibles.

Lo público será observado y diagnosticado de acuerdo a la exploración de su noción y concepto antes presentado, será puesto en la forma de la mirada comunicológica, y a partir de ahí se sintetizarán las formas de intervención o acompañamiento necesarias y posibles para reproducir la situación percibida y diagnosticada, o modificarla en alguna dirección y sentido. Según el dominio de lo público se defina, el procedimiento indica que se registra una etnografía de la situación del sistema de comunicación presente, así como una cartografía historiográfica de ese sistema de comunicación presente, en sus antecedentes, trayectorias. Para con ello hacer hipótesis sobre el futuro, según las

tendencias encontradas, y de ahí tomar decisiones sobre cómo y cuándo intervenir o acompañar, para reproducir o modificar dicho sistema de comunicación.

## **Tercera Parte. Ingeniería en Comunicación Social, la Comunicación y lo Público. El caso del Jazz en la Ciudad de México**

### **Punto once. La Comunicología y lo público.**

Recuperemos parte de lo hasta aquí dicho para proponer un tejido posible entre los asuntos de la comunicación y lo público desde el punto de vista de la Comunicología.

- 1) Comunicación. Acción, proceso, estado, de poner en común, de intercambiar, de compartir.
- 2) Público. Que es del dominio de todos los miembros de una comunidad o asociación.
- 3) Comunicación de lo público. Acción, proceso, estado, de poner en común, de intercambiar, de compartir, en los límites del dominio social de todos los miembros de una comunidad o asociación.

En el entendido de que lo público y la comunicación son configuraciones que coinciden en sus procesos constitutivos, lo que toca enfatizar es la articulación entre el dominio y el proceso. Es decir, lo público se determina en principio por el dominio, el campo social al que se refiere en un momento dado. Lo público en este sentido se mueve en un gradiente que va de la totalidad de un dominio a una parte significativa de ese dominio. Poner en común, intercambiar o compartir elementos de información, objetos, u otros referentes, como los paquetes genéticos, en el sentido de lo público se refiere en forma directa al dominio correspondiente y la totalidad de sus miembros, o a una parte de ese dominio en un sentido referencial. Ejemplo. Una asociación civil compuesta por mil integrantes tiene procesos de comunicación para poner en común, intercambiar o compartir información que es pertinente para todos los miembros, para su vida como asociación. En este sentido esos elementos de información son públicos en tanto su pertinencia a todos los miembros de la asociación. En forma complementaria esa información no es pública para la ciudad en donde esa asociación opera. El dominio de lo público para la ciudad no es el dominio de lo público para la asociación civil. En un primer momento la totalidad de lo público es la asociación civil, en el segundo la totalidad de lo público es la ciudad, y lo pertinente para la asociación civil no lo es para la ciudad, salvo que también así sea. Es decir, la información de pertinencia pública para la asociación civil puede no serlo para la ciudad, pero puede también serlo. En el primer caso lo público para la asociación civil no es público para ciudad, y en el segundo caso lo público para la asociación civil también es de pertinencia pública para la ciudad. El



proceso de comunicación en el primer caso es de un ámbito particular de lo público, el proceso de comunicación en el segundo caso es de dos ámbitos de lo público, algo particular y algo más allá de lo particular.

¿Puede darse el caso de que algo pertinente para la ciudad no lo sea para la asociación civil? Es decir, que algo con pertinencia de lo público para la ciudad no lo sea para la pertinencia de lo público de la asociación civil. Puede ser, por ejemplo, una ley sobre la movilidad en el espacio público es pertinente para los miembros de la asociación civil como miembros de la ciudad, pero no como miembros de la asociación civil, que no está articulada en forma directa con ese tema, trabaja de manera virtual. Aquí observamos con claridad como los dos ámbitos se traslapan de formas diversas según el dominio en que están configurados. Este es un asunto de pertinencia legal, religiosa, cultural, u otra forma de dominio considerada. La comunicación procede de acuerdo al dominio de lo público, tanto en su forma de status de comunidad, como de proceso conformador de comunidad. Puede haber procesos de comunicación de lo público en un colectivo social, en una institución particular, en un ámbito regional, municipal, estatal, nacional o más allá de lo nacional.

Miremos por un momento en forma más comunicológica todo este asunto.

- 1) Sistemas de información en operación en un sistema de comunicación pública vigente. Los sistemas de información son las formas prescriptivas del sentido y el comportamiento en una situación dada. Aquí la pregunta es por el dominio de lo público de esa situación dada. En comportamientos particulares una opinión en una situación doméstica tiene cierta pertinencia, en una discusión parlamentaria tiene otra. Ambas opiniones están determinadas por sistemas de información, como la cultura, pero el efecto de su acción es diverso según el ámbito o dominio de su ejecución. Por ejemplo, visiones religiosas o morales. El sistema de información conforma a los miembros de una comunidad de acción y sentido, conforma su configuración de lo público en un aspecto cultural, cuando esa configuración de comunidad, que tiene su pertinencia propia de lo público pasa a afectar otros ámbitos de lo público, al tener contacto con otros sistemas de información, otras visiones religiosas o morales, según el ejemplo, entonces su vector de composición social es otro, llevando su ámbito de lo público como sector social particular a un ámbito de lo público mayor en el que hay otros sectores.
- 2) Perfil del modelo de sistema de comunicación público vigente. Los diversos sistemas de información pueden convivir en un sistema de comunicación público que los implica a todos como dominio. Esa convivencia puede ser de mutuo respeto entre los diversos ámbitos de lo público particular que están en contacto y en acuerdo de civilidad. Pero también puede ser un sistema de

comunicación en conflicto, en tensión, en lucha, en donde uno de los sistemas de información domina a los otros en forma estable o coyuntural, imponiendo su configuración de lo público a los otros sistemas de información. La convivencia entre los diferentes es una dura prueba para los procesos de comunicación en la configuración de lo público como espacio múltiple de diversos públicos particulares.

- 3) Articulación del sistema de comunicación público vigente con los sistemas de comunicación no públicos y los sistemas de información contextuales. Los acuerdos y normas de convivencia en un sistema de comunicación público general, que incluye diversos sistemas de comunicación-información públicos particulares, pueden dar sustentabilidad a mediano y largo plazo a la vida entre diversos. También puede promover el contacto y la mutua afectación, en la que los diferentes adquieren elementos de los otros, al tiempo que colaboran o luchan con ellos. Las configuraciones en este sentido pueden ser tres. En la primera los diversos conviven, pero no se afectan, o se afectan lo mínimo. En la segunda los diversos conviven y se afectan tanto que llegan a parecerse mucho aún en sus diferencias. En la tercera los diversos conviven un ambiente de afectación que lleva a uno de los sistemas de información-comunicación particulares a dominar a los demás, sometiéndolos en forma parcial o total por un tiempo o de manera permanente. Todo esto se complejiza en la medida en que otros sistemas de información-comunicación entran en juego en esta matriz de interacciones. Imaginemos por un momento la asamblea general de las naciones unidas.

### **Punto doce. Ingeniería en Comunicación Social, la comunicación y lo público**

En síntesis, la forma de trabajo de la Ingeniería en Comunicación Social se puede presentar de la siguiente manera:

- 1) Síntesis de Modelos de operación social históricos. Es decir, la forma en que ha operado en diversos momentos el sistema de comunicación social como un presente determinado por ciertos sistemas de información y su interacción.
- 2) Síntesis de Modelos de operación social vigentes. Es decir, la forma en que opera en el momento presente el sistema de comunicación social de cierta ecología social bajo observación y diagnóstico.
- 3) Síntesis de Modelos de operación social posibles. Es decir, la forma en que pueden operar en momentos presentes futuros el sistema de comunicación social observado y diagnosticado en el presente del presente actual.

- 4) Identificación del Horizonte de construcción de lo social desde la comunicación social. Como Ingeniería en Comunicación Social los procesos de comunicación son el centro del diagnóstico, de la reconstrucción de trayectorias del pasado hacia el presente, y de tendencias del presente hacia el futuro.
- 5) Identificación de las Tecnologías constructivas de lo social desde la Ingeniería en comunicación social. La Ingeniería en Comunicación Social requiere de tecnología social especializada en comunicación, el cómo operante para el tejido y la estabilidad sistémica de los sistemas de comunicación y de información. Como la moral en cierto sentido, o el jazz en otros. Ambas son formas de tecnología social operante.

Aquí el punto clave es cómo se construye lo público, cómo adquieren estabilidad estructural las formas de lo público, cómo se transforman esas formas de lo público. La ingeniería Social es una especialista en ese cómo de la emergencia, la estabilidad y el cambio en las formas sociales. Lo público también es una forma de lo social, algo que se puede observar, se puede diagnosticar, se puede intervenir, se puede modificar o reforzar. Si lo público se constituye como una figura para nombrar y entender el movimiento de ciertos dominios sociales como agrupaciones y comunidades, la Ingeniería en Comunicación percibirá cómo es que esos dominios están constituidos en el presente, cómo han sido constituidos en el pasado, y cómo pueden ser constituidos en el futuro. Y esta percepción constructiva se ordena y organiza a través de una perspectiva de lo social como figura en movimiento de la comunicación uniendo y separando individuos y grupos en el tiempo y el espacio.

Según el caso bajo observación, se identifica el dominio de lo social, y a partir de ese punto se sintetiza un modelo de operación estructural de ese dominio como sistema de comunicación social, según las formas y maneras en que los diversos sistemas de información que prescriben el comportamiento y su sentido se asocian e interactúan entre sí. Ese modelo de operación social se reconstruye en su genealogía hacia el pasado, buscando ubicar los momentos genéticos de donde surgen los sistemas de información actuantes en el presente, reconfigurando los sistemas de información que han operado en el pasado y han dejado de hacerlo, e identificando los sistemas de información que existen en contexto y aún no operan en el sistema de operación sintetizado, pero podrían hacerlo. Todo ello nos permite percibir lo público, identificar sus operaciones básicas, y posibilitar la decisión de continuar el modelo de operación actual, o su modificación, así como visualizar las operaciones, curso tecnológico, cómo operativo, para reproducir o transformar una forma de ser y estar de lo público en el presente.

## **Punto trece. El Jazz en la Ciudad de México. Una primera aproximación**

El jazz en la Ciudad de México ha pasado por varias épocas, algunos autores como Alain Derbez o Roberto Aymes, ubican el fenómeno muy atrás en los inicios del siglo XX, en otra perspectiva está la legendaria grabación del año 1954, como un antes y un después. Todo ello podría considerarse como una etapa de antecedentes y primeros eventos. El tema toma otra perspectiva cuando hablamos de los primeros ensambles más o menos estables y los primeros lugares en dónde se toca jazz en forma habitual. Todo inicia propiamente tal con el tránsito de los cuarenta a los cincuenta, con las Big Band de formato gringo, y los primeros tríos y cuartetos también siguiendo la huella de lo que sucedía en EE.UU. Esa podría ser una primera época de emergencia del jazz en la Ciudad de México, los cuarenta y los cincuenta. En la siguiente década la cosa cambió, el rock movió el incipiente movimiento, y fue en el tránsito de los cincuenta a los sesenta que se organiza el primer festival de jazz en la UNAM, en la Ciudad de México, y ahí inicia la segunda etapa. Los festivales de jazz, y la formación de los primeros ensambles relativamente estables caracterizan a esta segunda etapa como emergente, se puede hablar ya de un movimiento mexicano, no muy extenso, pero presente, que intercambia experiencias con músicos y ensambles extranjeros. Esta situación tiene un cambio en los años setenta, cuando aparecen los primeros lugares en donde se puede expresar el jazz en ensambles pequeños, y por otra parte ya existe radiodifusión especializada en radio universidad de la Ciudad de México. En los setenta se consolidan los proyectos de jazz, siempre siguiendo lo que sucede afuera, sobre todo en EE. UU. Y ahí terminaría esta segunda época de los sesenta y los setenta, caracterizada por la consolidación de los proyectos en ensamble y los lugares para tocar y escuchar jazz. De ahí viene un lugar que es lo único que sobrevive de aquella época, el Nuevo Orleans, que se localiza enfrente del mercado de las flores en San Ángel, al sur de la ciudad. Los ochenta y los noventa son la tercera época, los proyectos proliferan, aparece la primera licenciatura en jazz en la Escuela Superior de Música, que cambiará por completo la escena de la ciudad con otro tipo de músicos, de cultura musical, de proyectos. Inicia la producción de discos compactos, lo que modifica por completo la edición de la música en general y del jazz en particular, así como su difusión. Los festivales de jazz se multiplican por todo el país. Todo está listo para la cuarta etapa, el siglo XXI, la más productiva, diversa e intensa época del jazz en la Ciudad de México, en lugares, músicos, proyectos.

El momento actual del jazz en la Ciudad está caracterizado por la articulación de por lo menos tres contextos, el de la vida profesional, el de la vida empresarial, y el de la vida cultural. En el primero lo más característico es la educación académica de los músicos, la mayoría de los músicos de la escena actual del jazz en la ciudad tienen formación universitaria, incluso postgrados, lo que los hace muy distintos de los músicos formados sólo en la calle, en el bar, en el hueso, características básicas de muchos de los

músicos de las generaciones anteriores. Además de la experiencia académica ligada al jazz, los músicos académicos anteriores provenían todos en forma exclusiva de la música clásica. En la vida empresarial la oferta del jazz en la ciudad es amplia y extensa, los lugares se han multiplicado en diversos tipos, que van desde los clubes de jazz, pasando por los cafés, bares, restaurantes, centros culturales, festivales. El lugar que está al centro es el antro, el bar que tiene comida para acompañar las bebidas, y música en vivo para amenizar. El público del antro no es público de jazz, pero se va formando durante la serie de momentos de diversión en donde lo prioritario no es escuchar música, es beber y pasarla bien. Los proyectos que van colonizando estos lugares son originales, se van alejando del cover, del estándar, de la copia de música extranjera. Y esta combinación entre nuevas generaciones con una nueva propuesta musical y los antros para divertirse en la noche, son el crisol de la nueva cultura del jazz en la ciudad. De esta forma la tercera dimensión general del asunto es compleja. Por una parte la cultura del antro y la diversión nocturna, por otra parte la cultura del proyecto original que explora nuevas posibilidades de composición y ejecución de la música contemporánea, y a todo esto la ecología cultural de la ciudad y el ciberespacio, que construyen un nuevo tipo de consumidor, de público y de ciudadano.

En este contexto se mueve el mundo del jazz en la ciudad hacia otra configuración de la vida de la música contemporánea. Aparecen los primeros colectivos de jazz que se miran y se sienten protagonistas de un proyecto que no sólo es musical o profesional, es de vida, de cultura y vida. Convivir, construir juntos, tocar y compartir en forma más directa y horizontal la música con el público. Público que se conforma por comunidades estéticas emergentes compuestas por individuos antojadizos e individualistas, que quieren experiencia y diversión en el mismo movimiento. La ciudad emergente de los jóvenes digitales de la generación del milenio como público y nuevos pobladores y vividores de la oferta urbana y ciberespacial, frente a nuevos músicos, mejor formados, con proyectos originales y pretensiones de composición y ejecución novedosas, todo esto arma un maridaje que es inédito en Ciudad de México. De ahí que aparezca como un laboratorio interesante y pertinente de lo que sucede en la ciudad en gran escala, la configuración de un nuevo espacio público, con públicos distintos a las generaciones anteriores, tanto en un sentido de observación de fenómenos urbanos emergentes, como de intervención y catalización del metabolismo del cambio social urbano.

### **Punto catorce. Comunicología e Ingeniería en Comunicación Social del Jazz en la Ciudad de México**

El diagnóstico comunicológico consiste en sintetizar el modelo de operación social actual del asunto, situación, objeto, de observación. En este caso la situación del jazz en la Ciudad de México. Ese modelo de operación es el perfil del sistema de comunicación social percibido. El modelo general de la Ingeniería en Comunicación

Social está construido en algunos parámetros básicos que en forma sintética se pueden frasear como sigue:

- 1) El centro del análisis es el sistema de comunicación, configuración del presente desde una perspectiva comunicológica.
- 2) Un primer parámetro son los sistemas de información presentes provenientes del pasado en el sistema de comunicación. La presencia del pasado determinando al presente se reconoce en la figura de los sistemas de información.
- 3) Un segundo parámetro son los sistemas de información presentes que no vienen del pasado del sistema de comunicación observado. El contexto de un sistema de comunicación particular está configurado por sistemas de información que no están presentes en su pasado, pero si lo están en su presente, con posibilidades de permanecer en su futuro.
- 4) Los sistemas de información primarios son todo aquello relevante que como matriz constructiva viene del pasado hacia el presente, determinando la configuración del sistema de comunicación.
- 5) El sistema de comunicación es una matriz de interacciones entre diversos sistemas de información, en donde algunos de ellos son centrales y otros menos. Puede darse el caso de que un solo sistema de información esté configurando casi en su totalidad al sistema de comunicación particular. El caso extremo es cuando existen muchos sistemas de información presentes interactuando entre sí, y ninguno es hegemónico sobre los demás.
- 6) La Ingeniería en Comunicación Social diagnostica en el presente la configuración del sistema de comunicación bajo observación, identificando las trayectorias de los sistemas de información que lo componen del pasado hacia el presente y en forma contextual.
- 7) La Ingeniería en Comunicación Social hace un pronóstico de escenarios posibles y probables del sistema de comunicación con la alteración o reproducción de la presencia de los sistemas de información en el futuro.
- 8) La Ingeniería en Comunicación Social de acuerdo a ese diagnóstico y ese pronóstico puede intervenir al sistema de comunicación para modificarlo en sus tendencias, ya sea debilitando o fortaleciendo sistemas de información, o sólo acompañando el movimiento natural del sistema de comunicación en su movimiento del presente hacia el futuro.

- 9) Todo esto será presentado a continuación en un apunte general para el caso del sistema de comunicación del jazz en la Ciudad de México.

Todo parte del diagnóstico del sistema de comunicación del Jazz en la Ciudad de México. Lo que supone la identificación de los sistemas de información que lo componen en un movimiento constructivo del pasado hacia el presente. Los principales sistemas de información presentes encontrados en la observación del sistema de comunicación del Jazz en la Ciudad de México, con los músicos al centro, como perfil nuclear de la configuración de lo público (hay otros agentes en juego, como los empresarios, los medios y los gestores culturales), son los siguientes:

- 1) El jazz en EE. UU. Los músicos y los demás agentes del jazz en México reproducen formas, sistemas, arreglos, genealogías, de la música jazz en los EE. UU.
- 2) Música contemporánea. En diversos grados aparecen presencias de música del caribe, música mexicana, música culta, tecno y otras formas musicales ajenas a las genealogías tradicionales del jazz de los EE UU.
- 3) Música pop. El rock y la música electrónica. En particular es muy fuerte y presente a la generación básica del jazz en la ciudad, la que va entre los 25 y los 35 años. Con presencia también importante en la generación menor y mayor a ella.
- 4) Perfil profesional y emocional del músico de jazz. Formas de vida, de formación, de interpretación, de estudio, de ensamble, de mercado. Hay un estilo de vida y de cultura en los miembros de la generación básica, y las otras dos. Se sienten distintos, son competentes en sus formas técnicas, muy exigentes con sus desempeños, tienen aspiraciones ambiciosas en proyectos personales y grupales. Los grandes forman a los menores en estos diversos patrones, que incluyen la vida personal emocional.
- 5) Cultura musical mexicana. Referencias al jazz como música elitista, marginal, fuera de lo popular y del mercado musical con mayúsculas.
- 6) Cultura del entrenamiento mexicana. La música jazz como un segmento menor de la música cotidiana del entretenimiento.
- 7) Cultura del jam. Tocar en vivo con diversos componentes de ensambles, a partir de estándares.
- 8) Cultura de la improvisación. Frasear de acuerdo a una previsión, y después dejar ir la interpretación por lo que en el momento el solista o el ensamble sienten. En acción musical.

9) Cultura de la vida nocturna mexicana. Dependencia del bar, del antro, del lobby de hotel. El “hueso” como forma básica de vida profesional.

10) Cultura de género. El jazz es masculino, salvo las cantantes.

El sistema de comunicación del jazz en la Ciudad de México estaría conformado en su forma básica con los puntos 1), 4), 6), 8), 9) y 10) de la configuración. Es decir, dependencia del jazz norteamericano, usos y costumbres de músico profesional individual que se va posicionando con otros músicos más experimentados y posicionados, viviendo el status de no ser una forma musical central en la cultura mexicana de la Ciudad de México, percibiéndose distintos por improvisar y dejar a un lado la partitura, dependiendo del hueso y las tocadas en bares, restaurantes y antros, con músicos hombres salvo excepciones. A partir de esta configuración general se pueden marcar algunas diferencias en el movimiento que va de finales del siglo XX a las primeras décadas del siglo XXI.

- 1) No sólo la música norteamericana aparece como patrón. Emergen proyectos y compositores que exploran otras arquitecturas sonoras. El componente tecno y del rock es muy fuerte.
- 2) La formación musical es mayor, músicos con estudios de licenciatura en jazz, incluso postgrados. Aparecen escuelas de música públicas y privadas con especialidades de formación en jazz.
- 3) Búsqueda de espacios alternativos a los tradicionales, para presentar su música. Como el movimiento de JazzMex, o la propuesta del Colectivo Noon. Principios de organización gremial de los jazzistas.
- 4) Aparecen mujeres que no sólo cantan, también tocan y componen.
- 5) Más lugares se interesan por presentar al jazz mexicano como música en vivo para acompañar la comida y la bebida.

Al no ser un género musical protagonistas en la Ciudad, los medios de difusión se ocupan poco de su promoción. Y al mismo tiempo la multiplicación de los lugares y de los proyectos va dando una mayor presencia al movimiento que en otros momentos de la historia de las últimas décadas en la Ciudad. La Ciudad tiene más música jazz en vivo que la percibida por la colectividad urbana general. Prácticamente todos los días, de lunes a domingo hay conciertos de jazz en diversos puntos de la ciudad y de la zona metropolitana conurbada. Desde una perspectiva optimista la Ciudad de México es una ciudad del jazz en este momento de la mitad de la segunda década del siglo XXI.

En tanto que algunas cosas han cambiado en las últimas décadas, como el aumento en el número de proyectos, el aumento del número de músicos en activo, el aumento del número de lugares que ofrecen jazz en vivo, el aumento en la producción de discos y



álbumes en formato de CD indie y publicados en plataformas en línea, más egresados de escuelas de música especializadas en jazz, aumento en el número de festivales e invitaciones a jazzistas extranjeros. Otras configuraciones no han cambiado, como el pago a los músicos en las tocaditas en bares, restaurantes y antros, salvo excepciones. La organización gremial no avanza del todo, aunque hay sub-comunidades que se van compactando para defensa y desarrollo. Los espacios recreativos no asociados a la bebida y la vida nocturna del relajamiento no aparecen, eso mantiene al jazz con la connotación de música en vivo para desvelados y parranderos. La gran empresa industrial de la música sigue sin interesarse en el jazz como negocio. El gran público sigue teniendo al jazz fuera de su vida.

La cultura del jazz en la ciudad de México está atada a la vida nocturna y al consumo en bares, antros y restaurantes. Los conciertos de otro tipo son escasos y sólo funcionan en forma gratuita. La cultura del jazz en un sentido interactivo-enactivo no afecta a la cultura urbana de la ciudad. Pero por otra parte se van acumulando condiciones que sólo existen desde hace diez años o menos. La presencia masiva del jazz es una cuenta pendiente y cercana, la formación de públicos es escasa y un asunto central para el crecimiento del movimiento. La organización gremial y empresarial podría ser un elemento detonador del tránsito a otra configuración musical y social-cultural del jazz en la ciudad.

Los elementos del sistema de comunicación del jazz en la Ciudad de México centrales son el músico, la empresa y la cultura musical. Se detectan cambios en los tres componentes. Los músicos de la generación del milenio tienen otra configuración ideológica y de actitud. Son más creativos, son más productivos, son más solidarios y participativos unos con otros. Ellos pueden ser un factor de cambio en la configuración tradicional del gremio en un sentido musical y social. Los empresarios también son factor de cambio, en la medida que se asocien y asuman su papel protagónico para la gestión, promoción y desarrollo del jazz en la ciudad. Existen empresarios particulares y experiencias ya experimentadas en este sentido. Como lo realizado por El Convite, The Jazz Place y Pizza Jazz Café. La cultura del jazz es lo más complicado de la fórmula. El público potencia ya existente no acude a las tocaditas y por lo tanto no apoya el desarrollo de la empresa y el músico. Hay un público juvenil emergente que llena de vez en vez ciertos eventos. Como sea el público es un punto clave para aprovechar lo que hoy sucede. Los medios de difusión son claves en este punto, así como la acción de profesionales especializados en gestión y promoción, que no existen por el momento más que en casos muy puntuales.

La arquitectura de una intervención en el sistema de comunicación actual supondría articular a músicos, empresarios y promotores en un movimiento homogéneo de gestión de la cultura del jazz en la ciudad. Esto supone poner en el centro de la estrategia a los públicos, por tanto la presencia de los profesionales en la promoción es

clave, por el momento el elemento más flojo y menos emergente de todo el panorama. Visibilizar lo que ya existe tendría un gran impacto en la población de la ciudad. De ahí que la promoción y la difusión son operaciones estratégicas para jalar al movimiento hacia otro status.

Otros asuntos también podrían formar parte de esta gestión. La articulación de la música popular con el jazz. La evolución y diferenciación del jazz mexicano del jazz norteamericano. La ubicación del jazz en espacios alternos a los de la vida nocturna tradicional. La incorporación de la cultura del jazz a la educación formal, como cultura de colaboración, de interacción, de creación. La profesionalización del medio jazzístico en todos los niveles de producción y puesta en escena. Todo esto supone intervenir los sistemas de información vigentes y articular al sistema de comunicación actual nuevos sistemas de información, al tiempo que el propio sistema de comunicación del jazz se articula a sistemas de comunicación popular más extensos y diversos.

El trabajo de intervención sería múltiple y simultáneo. Hay condiciones para hacerlo de esa manera. Si algún punto es central para una estrategia articuladora general es la de la promoción y la gestión de la cultura del jazz entre públicos más amplios, articulando a esos públicos a formas del mercado y la cultura que en este momento les son ajenas, y articulando el mundo del jazz a la vida social-cultural colectiva los habitantes de la ciudad de México.

### **Punto quince. Ingeniería en Comunicación Social del Jazz en la Ciudad de México. Construcción de lo público a través de la comunicación**

Retomemos algunos elementos sobre la noción y concepto de lo público en forma sintética:

- 1) Como sustantivo. Que pertenece a todos los ciudadanos de un lugar. Espectadores de cualquier acto. El tema del dominio, el espacio tiempo social en el cual se incluye lo pertinente bajo su nombre. Lo público de la nación y sus ciudadanos, lo público de club y sus miembros. El público de un acontecimiento configura su dominio, los que lo percibieron son el público del acontecimiento, los que lo verán son el público del evento, los que deben percibirlo, efecto de dominio, son el público del asunto.
- 2) Como adjetivo. Que no es privado, en parte o completamente. Algo que es del dominio de todos. Algo conocido por todos. Calificación de pertinencia de asuntos, objetos, referentes, para los integrantes del dominio prescrito. Es asunto público para una nación la promulgación de leyes en las cámaras

legislativas. Es asunto público del club la decisión de cuánto subirán las cuotas este año.

- 3) Como verbo. Hacer público, publicar, hacer saber a todos. Confiscar para uso público, de todos. Hacer un espectáculo. Publicar para hacer público a una audiencia algún asunto. Publicar para cumplir con el mandato de hacer público a una audiencia que es el público de ese asunto por ley.

Una síntesis del enfoque de comunicación e Ingeniería en Comunicación Social de este tema podría ser como sigue:

- 1) Como sustantivo. Existe una agenda en la Ciudad de México sobre diversos temas que implican el concepto de lo público en tanto pertinente para todos los ciudadanos. El jazz forma parte de esa agenda en una forma que puede calificarse de secundaria. La Ciudad de México no es una ciudad del Jazz en sentido estricto. El sistema de comunicación de la Ciudad de México no incluye al jazz como un elemento de configuración sustantivo, como sistema de información dominante, hegemónico o emergente.
  - En lo que respecta a la música como sistema de información social para la ciudad, el asunto está por explorarse a fondo, todo parece indicar que es más importante de lo que parece. Y de nuevo el jazz no forma parte importante de esa configuración en este momento.
  - El jazz tiene su propio público, pequeño, que en número puede ser identificado como la audiencia de Horizonte, la estación de jazz del IMER, y los asistentes a los cerca de cincuenta lugares que ofrecen jazz en conjunto todos los días de la semana, todo el año.
  - Este factor de los lugares es clave, el público del jazz no puede considerarse mucho más grande hoy que el de hace una década o más atrás. Y por otra parte forma como se integra a la agenda del entretenimiento y la cultura es emergente, su presencia está en crecimiento.
  - El diagnóstico de la situación es que, comparado el jazz como configuración de lo público hoy respecto a su trayectoria en sus setenta años de vida en la ciudad, quizás sólo la época de las Big Band de los cuarenta y los cincuenta podría compararse con el momento actual, en la dimensión de su presencia social. Pero el jazz entonces era parte de la música popular, hoy no lo es, su presencia tiene una connotación de clase ilustrada. El jazz es una configuración pequeña en el gusto popular en comparación al Reguetón.

- La propuesta de intervención en ese sentido sería que el Jazz no será popular como el Reguetón, no por ahora, pero puede ser más importante de lo que es hoy para la clase ilustrada que lo ocupa como asunto público.
- 2) Como Adjetivo. El jazz como asunto público sólo es pertinente para un grupo con la connotación de clase ilustrada. Para esta clase ocupa un lugar en su agenda en el estrato de la diversión y el entretenimiento.
- En este sentido, la presencia del jazz en esta clase como opción para el entretenimiento es algo posible. Mover de status el sistema de información jazz dentro de la configuración del sistema de información entretenimiento. Hacer del jazz algo más público para esta clase en la cual ya ocupa un lugar.
  - En este sentido, también podría hacerse algo para hacer público el jazz en otras clases sociales y acercarlo al gusto popular.
  - El jazz como asunto público puede entonces posicionarse más en la clase en la que ya tiene un lugar, y puede hacerse público en las clases en donde no tiene un lugar.
- 3) Como verbo. Aquí el tema es por completo de acción, de Ingeniería. Las acciones actuales de publicación del jazz en la Ciudad de México están ubicadas en los agentes de la administración cultural oficial, la empresa privada y los medios de difusión. Todos estos agentes pueden hacer más por publicar al jazz.
- La administración cultural. La presencia del jazz en las agendas de los eventos públicos del sector cultural de la administración pública del gobierno federal, de la ciudad y de las delegaciones, puede ser más intensa y extensa. Esto implica la gestión de algún tipo de agente en este sentido. Ese agente es un profesional de la gestión socio-cultural contratado por los músicos y la empresa de la música. Eso puede suceder. La situación actual no es muy distinta hoy de época anteriores en el sentido de la gestión socio cultural, pero puede cambiar.
  - La empresa privada. Está configurada por diversos agentes, de los cuales los lugares en donde se hacen las tocaditas son los principales, los bares, cafés y restaurantes. Pero también está la empresa detrás del fenómeno musical en un sentido industrial y comercial. Todos estos actores que ven al jazz como un negocio lo pueden incrementar

publicando más lo que el jazz es y lo que puede hacerte como persona. El asunto aquí es de empresa, de negocio. Por el momento el negocio de la música no está en el jazz, pero la música en vivo en la ciudad tiene una cuota significativa de jazz en este momento, como nunca, y eso es una oportunidad para incrementar el negocio. Y por tanto el volumen del público.

- Los medios de difusión. Ellos también son un tipo de empresa, pero también un factor de mediación. Los que existen a favor del jazz son pocos, y los espacios para el jazz en general son muy pocos. No perciben estas empresas a este tipo de música como algo que favorezca sus finanzas o que interese al público de la música y del entretenimiento en un sentido más popular. Pero sus acciones pueden incrementarse en diversos sentidos a favor de este tipo de música si percibieran al jazz como algo más que sólo un producto mercantil.
- En todos los casos se necesita una matriz de gestión, un modelo de operación social que impacte al actual y se diversifique en opciones alternativas y simultáneas. Eso implica una organización más compleja y compacta del público del jazz más directamente beneficiado con su impulso hacia la cultura y vida de la ciudad, los músicos, los agentes del sector público y privado, los medios comprometidos.

Todo el asunto pasa por una configuración y una intención. La configuración es que la forma música del jazz tiene elementos componentes de una alta articulación. No hay forma musical actual que tenga más fusiones y relaciones con otras formas musicales. El jazz es articulador. Por otra parte, el proceso y la ejecución del jazz promueven la interacción, la empatía, la creatividad. El jam y la improvisación son parte del sistema de comunicación jazz, y aporta a los músicos y a sus públicos una experiencia que otras formas musicales no alcanzan. La situación del jazz es fluida, actual, enactiva, cualidades propias de la vida contemporánea. Esta configuración de articulación, colaboración, fluidez, dotan al jazz de características que lo potencian como una tecnología social muy altamente calificada para intervenir y modificar a la vida social en sus patrones más rígidos, conservadores, de incomunicación. De aquí nace la intención, entendiendo al jazz como una tecnología social poderosa para reconfiguración social, el tema es cómo esta tecnología se pone en acción en la complicidad y acuerdo de diversos agentes que ya forman parte de ese dominio público del jazz, músicos, empresarios, administradores públicos, medios, gestores socio-culturales, para intervenir la vida social con un efecto de aumento en la articulación, la colaboración, la empatía, la creatividad. El jazz puede promover más ciudadanía que otras tecnologías sociales. Este es el punto de partida, del diagnóstico general sobre las tecnologías sociales que están en juego en la vida de la

Ciudad de México, como la religión, la escuela, la familia, el deporte, la música es un muy poderoso recurso para tejer el mundo, y el jazz es entre todos los fenómenos musicales el más plástico, tiene todo lo que otros géneros tienen y además tiene la matriz de la creatividad y la colaboración situacional, en forma lúdica, energética, entusiasta.

Otras formas musicales pueden ser percibidas también como tecnologías sociales, otras prácticas sociales pueden ser percibidas también de esa forma. Aquí el asunto es que el jazz en la Ciudad de México está reuniendo una masa crítica con una generación de creadores, intérpretes y ejecutantes, que tienen elementos de configuración en su matriz pública cargados de solidaridad, colaboración, complejidad, articulación, emergencia. Esta circunstancia coincide con una nueva generación de empresarios con cualidades similares, y algunos agentes de los otros sectores convergentes con estos impulsos de creación social. Todo ello presenta al movimiento actual del jazz en la Ciudad de México como una oportunidad de cambio en la vida social urbana. Aquí se presentó un pequeño apunte sobre lo que esta escena muestra y las posibilidades que se presentan a partir de ella. El jazz nos puede hacer mejores personas, el jazz nos hace mejores personas, el jazz puede hacer mejores personas. Un ámbito del público puede impactar a otros ámbitos hasta generar con acciones de publicación, nuevos públicos, nuevos dominios de lo público, más interactivos, colaborativos, empáticos, creativos, alegres. El jazz es una matriz tecnológica cargada de posibilidades civilizatorias.

### **Apunte bibliográfico**

- Acot, P. (1979). *Introducción a la Ecología*. México: Editorial Nueva Imagen.
- Aguado, J.M. (2003). *Comunicación y cognición*. Sevilla: Comunicación Social.
- Anverre, A. et al. (1982). *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Aranguren, J.L. (1986). *La comunicación humana*. Madrid: Tecnos.
- Aymes, R. (2009). *Panorama del Jazz en México durante el siglo XX*. Cuernavaca: LUZAM.
- Bauman, Z (2008). *Comunidad*. Madrid: Siglo XXI editores.
- Bianchi, F. y Pitacco, P.P. (2012). *101 Microlecciones de Jazz*. Barcelona: Editorial Océano.
- Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. Barcelona: Paidós.
- Boden, M. (1994). *La mente creativa*. Barcelona: Editorial Gedisa.

- Brea, J.L. (2008). El tercer umbral. Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural. Murcia: Editorial CENDEAC.
- Bryant, J. y Zillmann, D. (compiladores). (1996). Los efectos de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Byrne, D. (2014). Cómo funciona la Música. México: Editorial Sexto Piso.
- Casacuberta, D. (2003). Creación colectiva. Barcelona: Gedisa.
- Cho, A. (2010). The Jazz Process. Collaboration. Innovation. and Agility. Boston: Pearson Education.
- De Toro y Gisbert, M. (coordinador) (1967). Pequeño Larousse ilustrado. Buenos Aires: Larousse.
- De La Calle, L. y Rubio, L. (2010). Clasemedios. Pobre no más. desarrollado aún no. México: Centro de Investigación para el desarrollo.
- Derbez, A. (2001). El Jazz en México. Datos para esta historia. México: Fondo de Cultura Económica.
- Dumazedier, J. (1964). Hacia una civilización del ocio. Barcelona: Estela.
- Eco, U. (1978). Tratado de Semiótica general. México: Nueva imagen-Lumen.
- Elias, N. (1987). El proceso de la civilización. Investigaciones Sociogenéticas y Psicogenéticas. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Ferrer R. Eulalio (1974). Comunicación y Opinión Pública. La comunicación cambia o modifica el semblante del mundo. México: B. Costa-AMIC editor.
- Galindo Cáceres, J. (2006). Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada. Toluca: CNCA- Instituto mexiquense de la cultura.
- Galindo Cáceres, J. (2011). Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Sobre Cultura. Cibercultura y Redes Sociales. Rosario Homo: Sapiens. Universidad Nacional del Rosario. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Galindo Cáceres, J. (2014). Ingeniería en Comunicación Social. Hacia un Programa General. Puebla: Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico- Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Galindo Cáceres, J. (coordinador). (2011). Comunicología Posible. Hacia una ciencia de la comunicación. México: Universidad Intercontinental.
- Gardner, H. (1993). Arte. mente y cerebro. Barcelona: Paidós.

- Gardner, H. (2001). Estructuras de la mente. La Teoría de las Inteligencias Múltiples. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Gómez de Silva, G. (1988). Breve diccionario etimológico de la lengua española. México: Colegio de México-FCE.
- González Llaca, E.(1977). La opinión pública. México: UNAM.
- Gioia, T. (2002). Historia del Jazz. México: Fondo de Cultura Económica.
- Golubov, N. (2015). El circuito de los signos. Una introducción a los estudios culturales. México: Bonilla Artigas Editores-UNAM-CISEN.
- Gómez, H. (2016). Estéticas del Rock. Promoción de la Cultura y de la Educación Superior del Bajío A.C. León: Universidad Iberoamericana León.
- Habermas, J. (1981). Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili.
- Houd É, O. et al. (2003). Diccionario de Ciencias Cognitivas. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Jones, L. (2013). Black Music. Free Jazz y Conciencia Negra 1959-1967. Buenos Aires: Caja Negra Editorial.
- Leadbeater, C. (2010). Cloud Culture. The future of global cultural relations. London: Counterpoint.
- Levitin, D.J. (2014). El Cerebro Musical. Seis canciones que explican la evolución humana. Barcelona: RBA libros.
- Malacara Palacio, A. (2016). Atlas del Jazz en México. México: Taller de creación literaria y Star/Pro diseño y producción.
- Malacara Palacio, A. (2012). Sub Versión de los hechos. 200 Bandas de Jazz. México: CNCA-Delegación Atzacapotzalco-Music Frontiers-El Convite- Musitec.
- Malacara Palacio, A. (2005). Catálogo casi razonado del Jazz en México. México: Angelito.
- Marsalis, W. (2012). Jazz. Cómo la música puede cambiar tu vida. Barcelona: Espasa Libros.
- Martel, F. (2010). Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas. México: Taurus.
- Maslo W, A. (1990). La personalidad creadora. Barcelona: Kairos.



- Maturana R., H.(1997). Emociones y lenguaje en educación y política. Santiago: Dolmen.
- Mazzola, G. y Cherlin, P. (2009). Flow. Gesture. and Spaces in Free Jazz. Towards a Theory of Collaboration. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag.
- McDonald, D. (1969). La industria de la cultura. Madrid: Alberto Corazón.
- Miege. B., P.P. y Salaün, J. (1986). L'industrialisation de l'audiovisuel. París: Res Babel.
- Molina y Vedia, S. (1978). Manual de opinión pública. México: UNAM.
- Monzón, C. (1996). Opinión pública. comunicación y política. La formación del espacio público. Madrid: Tecnos.
- Moodie, G. y Studdert Kennedy, G. (1975). Opiniones. públicos y grupos de presión. México: Fondo de Cultura Económica.
- Olvera, A. (2008). Ciudadanía y democracia. México: IFE.
- Pakman, M. (compilador). (1997). Construcciones de la experiencia humana (dos volúmenes). Barcelona: Gedisa.
- Pérez. R.A. y Massoni, S. (2009). Hacia una Teoría General de la Estrategia. El cambio de paradigma en el comportamiento humano. la sociedad y las instituciones. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Rivadeneira Prada, R. (1976). La opinión pública. México: Trillas.
- Romero Fillat, J. (2011). M de Música. Del oído a la alquimia emocional. Barcelona: Alba Editorial.
- Sacks. Oliver (2010). Musicofilia. Relatos de la Música y el Cerebro. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Sampedro Blanco, V. (2000). Opinión pública y democracia deliberativa. México: ISTMO.
- Sfez, L. (1995). Crítica de la comunicación. Buenos Aires: Amorrortu.
- Smith, A.G. (compilador). (1976). Comunicación y cultura (3 volúmenes). Buenos Aires: Nueva Visión.
- Tonnies, F. (1979). Comunidad y asociación. Barcelona: Península.
- Varela, F. (1990). Conocer. Barcelona: Gedisa.
- Wagensber G., J. (1994). Ideas sobre la complejidad del mundo. Barcelona: Tusquets.

Yúdice. G. (2002). El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Barcelona: Gedisa.