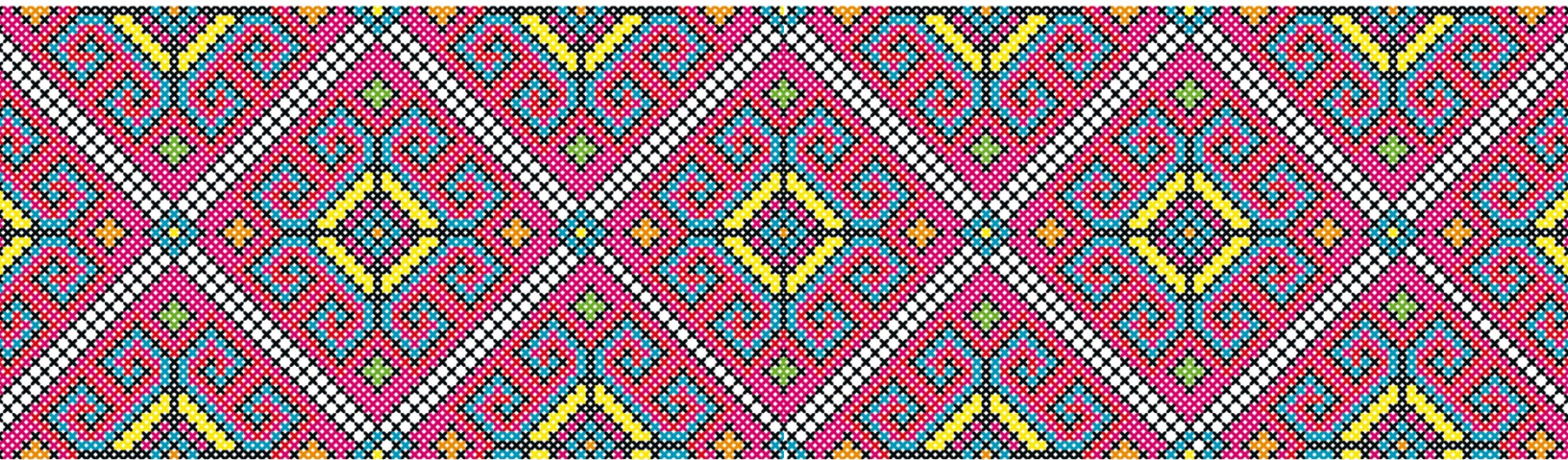


**3ER ENCUENTRO
NACIONAL DE GESTIÓN
CULTURAL MÉXICO**

**APORTES DE LA ACCIÓN
CULTURAL A LA AGENDA 2030
DEL DESARROLLO SOSTENIBLE**

**DEL 23 AL 26 DE OCTUBRE 2018
MÉRIDA, YUCATÁN**



El consumo cultural en los espacios escénicos alternativos

Víctor Leonardo Beltrán Albores

Ponencia presentada en el Tercer Encuentro Nacional de Gestión Cultural realizado en Mérida, Yucatán, México entre los días 23 al 26 de octubre de 2018

El modo rizomático del sistema de producción cultural

El arte, y su sistema de producción cultural, es una singularidad estructural sin igual dentro/con de la superestructura en la que esté inmersa por el desvanecimiento fronterizo de ambas, así como su interacción con las demás estructuras por lo que su aproximación es más susceptible de un enfoque rizomático.

La singularidad radica en que si bien toda producción material es una producción simbólica (Giménez citado por García Canclini, 2005:71)¹, en el arte y su sistema de producción, la repercusión simbólica es condición sine qua non para la realización de cada fase del sistema. “El arte no sólo representa las relaciones de producción; las realiza.” (García Canclini, 2005:73)² por lo que, en todo caso, para fines explicativos del arte y su sistema de producción, podríamos pensar en la integración superestructura/estructura como un rizoma “Lo múltiple hay que hacerlo, pero no añadiendo constantemente una dimensión superior, sino, al contrario, de la forma más simple, a fuerza de sobriedad, al nivel de las dimensiones de que se dispone”. (Deleuze, Guattari, 2002:12)³

El modo rizomático de la cultura, el arte y su sistema de producción, como consecuencia de los principios de conexión y heterogeneidad, nos lleva a entender que cualquier fase de éstos está en contacto e interacción con otra. “eslabones semióticos de cualquier naturaleza se conectan en él con formas de codificación muy diversas, eslabones biológicos, políticos, económicos, etc.” (Deleuze, Guattari, 2002:13)⁴, así, el funcionamiento del sistema de producción artística se enuncia multidimensional, polifacético y rizomorfo en tanto que las condiciones materiales e ideológicas contextuales que propician facilitan o simplemente permiten la creación artística son sociales tanto como personales. Aunado a esto, la evolución y

¹ García Canclini, N. (2005). *La producción simbólica: Teoría y método en sociología del arte*. México: Siglo XXI Editores. Pp. 71

² Ídem. Pp. 73

³ Deleuze, G., Guattari, F. (2002). *Mil Mesetas. Capitalismo y Esquizofrenia*. (5ª ed.). España: Pretextos. Pp. 12

⁴ Ídem Pp. 13

desarrollo de las instituciones, el progreso industrial y la segmentación de las actividades humanas va delimitando campos y códigos de intervención del arte. “La cultura ha de poseer, por tanto, una intención emancipadora, ya que desde ella se edifican los mecanismos de resistencia sociales capaces de construir un nuevo humano crítico con la estructura social dominante.” (Oñate, Arribas, 2015:22)⁵ La emancipación se torna el catalizador del sistema de producción artística toda vez que, tras la liberalización cultural burguesa un público selectivo surge para el consumo diferenciado de obras y objetos culturales. (García Canclini, 2005)

El bien cultural, su producción, distribución, cambio y consumo

El concepto de bien cultural es un tanto complejo, pues si bien podríamos inferir que es un producto susceptible de consumo, apropiación, apreciación, goce y entendimiento mediante una serie de referencias y estructuras simbólicas, esto se vería limitado en tanto que el bien cultural sí es mercancía (producto), tanto como es acceso y experiencia en un entramado social estructurado, politizado y no solo el resultado reflejo de prácticas económicas con carácter simbólico social. Así, Ramón Zallo (2007)⁶ encuentra ciertos rasgos característicos del bien cultural: “valor intangible o simbólico”, el cual denota su diferenciación; “unicidad”, por lo que es identificable como un objeto o servicio distinto a cualquier otro; “trabajo creativo que lo hace/hizo posible”, en tanto que: “El trabajo creativo, es culto, diferente u original, además de responder a las técnicas profesionales, y es en sí mismo innovador, en permanente cambio y está en competencia.”; “creación para la sociedad o el mercado. La lógica decisional misma sobre lo que crear, producir o reproducir, acceder o fruir combina las lógicas económica, social, política y artística, de forma parecida a la innovación permanente.”; “afectación comunicativa o comercial en el proceso creativo”, por lo que busca aceptación social o de mercado, al menos de manera dirigida; “individualmente insustituible”, lo que se refiere no

⁵ Oñate, T., Arribas, B. G. (2015). *Postmodernidad: Jean-François Lyotard y Gianni Vattimo*. Barcelona: Batiscafo. Pp. 22

⁶ Zallo, R. (2007, mayo). La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. *Zer. Revista de estudios de comunicación*. Vol. 12, núm. 22, pp. 215-234

a la reproducción sino a la originalidad y unicidad; lo que no debe confundirse antagónicamente con “sustituibilidad”, pues la competencia de producto, práctica, servicio, entre otros, dará lugar a tensiones comerciales en el que alguien siempre se ve beneficiado en detrimento de otro; “funcionalidad social”, rédito hacia la comunidad. En términos económicos encontramos varios más: es de “oferta múltiple”, en constante “renovación” y la “oferta se da primero que la demanda”. “incremento en costos de exclusividad”, “bien de mérito”, “subjetividad de la demanda”. Sin duda muchas de las características anteriores son compartidas con otros tipos de bienes, sin embargo, en su conjunto y oportuna articulación representan los rasgos de los bienes culturales.

La producción como también los canales y medios de distribución estarán supeditados directamente al objeto cultural específico, así como a la oferta y la demanda y en general a todo el proceso económico subyacente conjugado con el contexto socioeconómico, político, temporal, cultural, nacional, entre otros en el que esté inmerso la práctica cultural y su consumo.

Para acotarlos a una realidad práctica, podemos dividir al bien cultural en tres grandes grupos a partir de su posibilidad de acceso y necesidad específica de andamiajes para su apropiación, apreciación, goce y entendimiento: bienes culturales elitistas (artísticos), populares y de industrias comunicacionales. Esto con el fin de delimitar los mecanismos y procesos de distribución y cambio bajo los cuales operan.

El financiamiento para la promoción y difusión del bien cultural en cuestión dependerá en mucho del rédito y rentabilidad que genere, así, los programas, apoyos y becas gubernamentales y de la iniciativa privada se tornan necesarios para la distribución de los bienes artísticos.

La programación y la curaduría podrían bien ser los procesos bajo el influjo trascendental del arte, empero bajo la tensión hegemónica del patrocinio, mecenazgo y comercialización del bien cultural.

¿Cómo valorar y asignar un costo monetario a la obra artística?

La direccionalidad de los esfuerzos de distribución de un bien cultural en función de satisfacer necesidades de algún público específico, y así, garantizar su consumo se ha convertido en el objeto explotado por el marketing cultural.

Desde páginas web y redes sociales; impresos de carteles, postales, espectaculares, agendas artísticas; inserciones en periódicos, revistas especializadas, spots de tv y radio; la parafernalia de marketing cultural enfocada a vender el bien en cuestión ha diversificado la especialización laboral.

El acceso a los bienes culturales dependerá en mucho de las posibilidades económicas del consumidor o usuario, el éxito de permear al estrato dirigido por la campaña, medio y/ o estrategia de difusión, la decisión del consumidor con base en su planeación de vida se verá facilitada por la oportunidad y pertinencia de la distribución en tiempos que le favorezcan a éste, además de una inteligibilidad hacia el bien cultural.

El concepto de consumo, dado su origen, suele entenderse en términos económicos. Sin embargo, a partir del desarrollo del capitalismo y el incremento exacerbado de producción y por ende de consumo en las sociedades modernas; "el consumo ha dejado de ser un proceso meramente económico para convertirse en un proceso cultural (Slater, 1997)" (Bermúdez, 2001)⁷. De esta forma podemos afirmar que todo consumo humano es cultural, pues el consumir es participar en un escenario de disputas de apropiación por aquello que la comunidad considera valioso. Empero al hablar de consumo cultural me dirijo más hacia la apropiación y uso de bienes culturales por lo que me suscribo a la definición de Néstor García Canclini (1993:42)⁸ "(...) el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o

⁷ Bermúdez, E. (2001). *Consumo cultural y representación de identidades juveniles*. Ponencia presentada en el Congreso LASA 2001 celebrado en la ciudad de Washington DC.

⁸ García Canclini, N. (1993) El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica. En García Canclini, N. (coord.), *El consumo cultural en México*. México: CONACULTA (Pensar la Cultura)

donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica (...)".

Para entender lo anterior, es necesario enclavar tanto el consumo cultural, como el bien cultural en los prolegómenos de la industria cultural, Ramón Zallo (1988)⁹ define la Industria Cultural como: “un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares, industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social.”. En este marco, el consumo y su oportuna e inexorable existencia en las sociedades modernas sirve como catalizador de politización axiológica. Un medio de control más de la clase poderosa.

Esta tensión de poder se entiende más si nos centramos en ciertos componentes de la industria cultural descritos por Adorno y Horkheimer (1994)¹⁰, reproductibilidad, medios de comunicación masiva y en general la contextualización de la producción, distribución y consumo como algo masivo, la tensión consumidor/productor, la institución que rige y monopoliza, así, el desarrollo mismo de la industria cultural devendría, o así lo pensaban ellos, en lugares de sujeción social, estructuras unilaterales de enajenación ideológica, coerción y en todo caso una forma disfrazada de esclavizar. Dentro de todo esto, ellos no contemplaron la posibilidad de una multi-partición del monopolio cultural en pequeñas empresas culturales acumuladas, empalmadas, una suerte de sistemas yuxtapuestos, metasisistemas, ecosistemas, suprasistemas, entre otros, en evidente relación de poder, supeditación, englobamiento y demás posibilidades (Morin, 1977)¹¹ que tienen características contrarias a la industria cultural descrita por Adorno y Horkheimer (1994), en tanto que serían limitadas temporal, recursiva e

⁹ Zallo, R. (1988) *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Ediciones AKAL

¹⁰ Adorno, W.; Horkheimer, M. (1994). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta

¹¹ Morin, E. (1977). *El Método. La naturaleza de la naturaleza*. Madrid: Cátedra

ideológicamente y estarían basadas en proyectos específicos y cuyo origen primordial radica en una orfandad autónoma, puesto que la subcontratación, eventualidad, temporalidad reducida y precariedad en las condiciones laborales se adhieren tácitamente al sistema. Claro que esta percepción de independencia lúgubrememente aderezada de autonomía (o viceversa) nos remite a la falsa conciencia y podría ser, en todo caso, la constatación trágica del monopolio plasmado por Adorno, empero con un nuevo disfraz.

Con la bandera de liberación y democratización, la (pos)modernidad introdujo posibilidades de aproximación a la apropiación de bienes, que, hasta hace algunos años era impensable, improbable o imposible; sin embargo trajo consigo “un daño cerebral colectivo causado por la “industria de la cultura” que instalaba una sed insaciable de entretenimiento y diversión” (Bauman, 2003:24)¹²

La postmodernidad vista como un momento histórico en el cual “las transformaciones profundas del sistema de producción económica están alterando también las estructuras sociales y simbólicas tradicionales, (...) la postmodernidad corresponde a una reorganización de la acumulación del capital de una manera móvil” (Braidotti, 2000:27)¹³. Con una actitud poco conciliadora, encontramos en la producción desmedida y proliferación inmediata de la posmodernidad respuestas de consumo con improntas de masificación y frivolidad en función de un olvido colectivo de la propia realidad, “Querer huir del vacío y de la angustia que provoca el sentirse libre y obligado a tomar decisiones como qué hacer de sí mismo y del mundo que nos rodea” (Vargas Llosa, 2012)¹⁴. Ciertamente que el gasto político y la angustia han permeado la vida del hombre desde sus inicios, empero en la actualidad es moda la desaparición del consenso y el abrupto esquema estético del escándalo, así, discernir con objetividad el valor, validez, legitimación, caducidad, vigencia,

¹² Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. México: FCE

¹³ Braidotti, R. (2000). *Sujetos nómades*. Buenos Aires: Paidós.

¹⁴ Vargas Llosa, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. México: Alfaguara/ Santillana

congruencia o coherencia, entre otros, tanto de un bien cultural como de una política cultural se ha vuelto cada vez más complejo, toda vez que las fronteras son difusas y reina la subjetividad y subjetivación política tanto de realidades como de imaginarios en disputa.

Un medio para el entendimiento y/o acercamiento a la vorágine diversa de estilos y formas de vida que repercuten en la vida diaria, tanto así en las decisiones de consumo, es la constitución de la diferencia como un fenómeno procesual histórico contextualizado de prácticas subjetivantes, es decir “que cada época presenta sus propios enunciados y significados que configuran las existencias y las formas de vida, de manera que no existen identidades naturales, esenciales, sino subjetividades contingentes que transitan a través de dispositivos encargados de normalizar la vida” (Piedrahita, 2015)¹⁵

De esta manera es factible entender la priorización que la sociedad pone en una perspectiva materialista y vitalista, asociándose con lo que actualmente se conoce como la “euforia de las emociones comercializadas” (Braidotti, 2009)¹⁶, donde la diferencia mínima que, en lugar de afianzar la Identidad (específica) del elemento en cuestión, la hace estallar en el infinito (indefinido) “proceso generativo de diferenciación” (Zizek, 2006:38)¹⁷, es decir “ese “y” constitutivo de las cosas” (Deleuze, 2001:179)¹⁸ que dirige el gusto, el deseo y la decisión de consumo.

¹⁵ Piedrahita Echanía, C. (2015). *Subjetivaciones políticas y pensamiento de la diferencia*. Bogotá : Universidad Distrital Francisco José de Caldas : Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

¹⁶ Braidotti, R. (2009). *Transposiciones: sobre la ética nómada*. España: Gedisa

¹⁷ Zizek, S. (2006). *Órganos sin cuerpo. Sobre Deleuze y consecuencias*. España: Pretextos

¹⁸ Deleuze, G. (2001). *La imagen-tiempo: estudios sobre el cine*. Barcelona: Paidós Ibérica

Consideraciones sobre el consumo de danza contemporánea en México

La danza es una práctica cultural basada principalmente en el uso del cuerpo, empero que para su escenificación hace uso de un sinnúmero de parafernalia tecnológica, escenográfica, visual, textual, textil, sonora, musical, por lo que la división que Williams plantea parece anacrónica, reduccionista, simplista y poco fidedigna en tanto que la nueva cartografía del arte nos dota de obras que comparten "(...)una pluralidad de trayectos, que sólo son legibles y sólo coexisten en el mapa, y cambia de sentido según los trayectos que se eligen. Esos trayectos interiorizados no son separables de unos devenires. (...) los hace presentes unos dentro de los otros."(Deleuze, 1996:97)¹⁹. En todo caso en una obra dancística se aprecian los cinco tipos de prácticas culturales.

La danza, y más en concreto la danza contemporánea representa un escollo conceptual a priori pues su delimitación epistemológica genera debates polarizados y polémicos dentro del mismo gremio y especialistas, así, su mera clasificación es susceptible de innumerables fundamentaciones en pro y en contra de alguna categorización. Lo cierto es que "(...) el cuerpo, como nunca, se ha vuelto objeto de consumo. Y siendo la danza una expresión del cuerpo, se vuelve particularmente vulnerable (...)" (Tame, 2007)²⁰.

Si bien ninguna obra artística es ajena a la sociología porque su creación parte de la sedimentación de obras previas (Bourdieu, citado por García Canclini, 2005) y, la función comunicativa del arte es una condición inherente para ser considerado arte (Hanna, 1987)²¹, la danza contemporánea nacional, por más que navegue bajo la impronta de la vanguardia y la experimentación, la crítica y reflexión, adolece de un

¹⁹ Deleuze, G. (1996). *Crítica y Clínica*. Barcelona: Anagrama. Pp. 97

²⁰ Tame, J. (2007). Reflexiones sobre la enseñanza y el cuerpo. En Cámara, E. ; Islas, H. (Coord.). *La enseñanza de la danza contemporánea. Una experiencia de investigación colectiva*. México: UACM, CONACULTA, INBA

²¹ Hanna, J. (1979). *To Dance Is Human: A Theory Of Non Verbal Communication*. USA: University of Texas Press.

código inteligible para el público. Esto es pertinente de mencionar dado que como expresa García Canclini (2005) no hay agentes aislados y es necesario, en aras de una sociología de la danza, la caracterización del campo artístico dancístico nacional.

Situando la práctica cultural de la danza contemporánea en el introito(?) del sistema de producción cultural (Coelho, 2000)²², encontramos que tras los subsidios, apoyos, becas y coinversiones, muy pocas compañías, grupos, creadores y artistas logran rentabilidad. La creación y producción de obras y su distribución corre a cargo de los mismos creadores, que más con entusiasmo que preparación buscan subsanar sus carencias y posicionarse en la intención de consumo de un público de por sí apático hacia las artes escénicas. Así mismo el acceso a la fase de cambio tiene la dificultad añadida de no contar con los suficientes puntos de venta, virtualmente inexistentes más que in situ, deviniendo en un uso y consumo sumamente reducido. Gracias a la Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales (CONACULTA, 2010)²³, podemos intuir un marcado desinterés, retraso y rechazo en el consumo de danza con respecto a diferentes expresiones artísticas y culturales; esto se acentúa dramáticamente en el específico de la danza contemporánea.

La realidad en México es que el consumo de danza contemporánea se encuentra lejos del óptimo para representar una empresa rentable y una vía posible de subsistencia para los que buscan hacer de ella su forma de vida. Debido a esto las compañías, grupos, coreógrafos y bailarines se encuentran en la perpetua búsqueda de subsidios, apoyos y becas gubernamentales que bien podrían

²² Coelho, Teixeira. (2000). Sistema. En *Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario*. (Pp. 450-455). México: ITESO, CONACULTA, Secretaría de Cultura del Gobierno de Jalisco.

²³ CONACULTA. (2010) *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales*. Recuperado de http://www.conaculta.gob.mx/recursos/banners/ENCUESTA_NACIONAL.pdf

representar un encono más en el desarrollo empresarial de la industria artística. (Abbing, 2002)²⁴.

Todo género dancístico, como cualquier manifestación artística, cuenta con infinitas posibilidades; como característica vigente de la danza contemporánea se encuentra la utilización de espacios alternativos, los cuales van desde foros alternativos, hasta tiendas departamentales, pasando por parques y plazas públicas, calles o fachadas de monumentos históricos, entre otros.

Dentro de la totalidad de los circuitos culturales aparecen los foros alternativos, heterotopías, lugares otros de contrariedad que permiten relaciones imposibles, improbables e incompatibles, pequeños espacios de diferencia y resistencia, “hay algunos que son absolutamente distintos: lugares que se oponen a todos los otros (...) Son de alguna manera contraespacios.” (Foucault, 2010:20)²⁵, que sin embargo deberá adherirse, en busca de supervivencia, al ente rector hegemónico. “Lo que se resiste puede sobrevivir sólo en la medida en que se integra. Una vez registrado en sus diferencias por la industria cultural, forma ya parte de ésta (...)” (Adorno, 1994) Así se erigen los foros alternativos, espacios independientes que navegan con la bandera de la democratización del arte y la cultura dedicados a la promoción y difusión de las artes escénicas bajo la impronta de vigencia, experimentación y contemporaneidad; faros de esperanza y posibilidad para las compañías, coreógrafos y bailarines de danza contemporánea, quienes en ellos ven resuelta una parte del problema de la producción de su arte.

El uso de los foros alternativos es parte intrínseca de la agenda dancística nacional, es ya una tradición, pero una tradición selectiva, tal como lo plantea Raymond Williams (1994:174)²⁶ “(...) tradición constituye una selección y reelección de

²⁴ Abbing, H. (2002). *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of Arts*. Netherlands: Amsterdam University Press.

²⁵ Foucault, M. (2010). *El cuerpo utópico. Las heterotopías*. Buenos Aires: Nueva Visión

²⁶ Williams, R. (1994) *Sociología de la cultura*. Barcelona: Paidós

aquellos elementos significativos del pasado, recibidos y recuperados, que representan no una continuidad necesaria, sino deseada. (...) este deseo no es abstracto sino que está efectivamente definido por las relaciones sociales generales existentes.” En ese tenor, la existencia de dichos espacios pudiera ser simple sentimentalismo anacrónico que busca someramente responder a políticas culturales demagógicas y sin una vinculación y seguimiento real o un acierto más en esta amalgama de circuitos culturales cada vez más confusa y difusa que busca resolver el problema de la negociación, representación y apropiación de bienes simbólicos en un universo social que vive en conflicto permanente por tratar de dilucidar si la cultura es o no un lastre económico en el desarrollo y funcionalidad del país. En todo caso, la existencia del foro no garantiza la presentación de la obra, tanto como presentarla no garantiza un éxito en taquilla o la rentabilidad y continuidad de ambas existencias.

Abbing (2002) plantea la premisa del círculo vicioso de pobreza en los artistas y bajo consumo artístico resultante de los subsidios gubernamentales, el mecenazgo y las donaciones porque presuponen un escollo en el proceso de producción, distribución y consumo del arte. Así, es posible que los programas, proyectos y políticas públicas encaminados a la producción de arte sean cortinas de humo que solo dificultan el consumo y generan como resultado que las empresas culturales no exploten su potencial y se valgan de dichos programas para subsistir; convirtiéndose en un lastre hacia el erario y no un potenciador económico. A esto bien podemos sumar la visión y los estudios de Zallo (2007):

En el caso de las artes escénicas el mercado es inelástico como dice la Ley de Baumol (Baumol y Bowen 1966) y, por su forma artesanal de producción o comunicación, están siempre al alza y con problemas para beneficiarse de incrementos de productividad.

Siendo de difícil estandarización los incrementos de productividad también lo son, y los aspectos comunicativos y relacionales en un ámbito tan aleatorio y cambiante pasan a ser decisivos. Por ello puede decirse que la incertidumbre y el riesgo hacen difícil su financiación.

Los espacios alternativos generan una estructura de pobreza hacia los artistas. La tropicalización de modelos de distribución e intercambio local parecía una buena respuesta a la nueva faceta de formación de públicos en el México contemporáneo. Representaciones semióticas y semánticas que favorezcan el consumo por inmediatez, cercanía contextual y fácil aproximación. Sin embargo, este tipo de respuesta irremediablemente debe estar georreferenciada, y por carencias en el diagnóstico, su implementación se torna oblicua a las necesidades intrínsecas de poblaciones que sí podrían beneficiarse consumiendo.

Ahora bien, el subsidio y mecenazgo de estos espacios se ha incrementado, lo que ha devenido en una suerte de proliferación de los mismos; esto, sin embargo, no ha propiciado un incremento en el consumo, ni en la remuneración de los artistas involucrados. La producción de obras para estos espacios no se ha visto favorecida por los subsidios, peor aún, la producción de obras para estos espacios también requiere de subsidios y mecenazgos por sí misma. Luego entonces, para soportar un subsidio es menester otro subsidio y así sucesivamente.

Pensando que el subsidio obedece al alcance de los espacios, es decir, búsquedas de impacto, indicadores de formación de públicos o índices de distribución y consumo, solo refuerza la evaluación negativa en términos de viabilidad y sostenibilidad pues el alcance de dichos espacios no es alentador.

En un sentido económico, los espacios alternativos son pozos sin fondo que desmerecen el producto artístico, al artista y al consumidor.

Es debatible, ciertamente, si existe alguna estrategia de subsidio específica que pueda tener un impacto en el ingreso promedio de los artistas en el largo plazo o si esto repercute en el consumo de sus obras. Lo que si podemos deducir de esto es que, si el objetivo es limitar la pobreza dentro de las artes escénicas, la mejor política es eliminar los subsidios. Y, el mejor lugar para empezar ese recorte es con los espacios alternativos.

De esta manera es evidente que el problema del consumo cultural, en el específico de los espacios alternativos, tiene un cúmulo de aristas de aproximación e intervención develadas a lo largo de todo el proceso económico del producto cultural; desde la revisión y evaluación de las políticas públicas, pasando por la disertación sobre la obra artística misma, la necesidad seductora de parafernalia mercadotécnica competitiva con la imposibilidad disruptiva mediática capitalista, la determinación/delimitación de patrones en las decisiones de consumo, en fin.

Cabida tiene entender el factor que juega el perfil del consumidor en todo esto, así, su mera delimitación no es cosa fácil, en tanto se enuncien las características de la experiencia estética individual, empero distinto al estudiarlo como proceso de recepción, significación, resignificación y consumo en su conjunto. Es de esta forma que Piccini, Mantecón, Schmilchuk (2000)²⁷ nos invitan al pensamiento complejo e intradisciplinario para aproximarnos al perfil de cualquier consumidor cultural “(...) trazado en diagonal de los procesos de recepción y lectura de los objetos culturales y sus articulaciones revelará tal vez otros perfiles y requerimientos complejos de la relación entre condiciones de posibilidad de recepción y consumo, artistas, intermediarios y “destinatarios” de cada objeto cultural.”.

²⁷ Piccini, M., Mantecón, A. R., Schmilchuk, G. (2000). *Recepción artística y consumo cultural*. México: Casa Juan Pablos.

Bibliografía

- Abbing, H. (2002). *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of Arts*. Netherlands: Amsterdam University Press.
- Adorno, W.; Horkheimer, M. (1994). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. México: FCE
- Bermúdez, E. (2001). *Consumo cultural y representación de identidades juveniles*. Ponencia presentada en el Congreso LASA 2001 celebrado en la ciudad de Washington DC.
- Braidotti, R. (2000). *Sujetos nómades*. Buenos Aires: Paidós.
- Braidotti, R. (2009). *Transposiciones: sobre la ética nómada*. España: Gedisa
- Brunner, J. (1987). Políticas culturales y democracia: hacia una teoría de las oportunidades. En Canclini, N. (Ed.). *Políticas culturales de América Latina*. México: Grijalbo.
- Brunner, J. (1987). Políticas culturales y democracia: hacia una teoría de las oportunidades. En Canclini, N. (Ed.). *Políticas culturales de América Latina*. México: Grijalbo.
- Coelho, Teixeira. (2000). Sistema. En *Diccionario crítico de política cultural: cultura e imaginario*. (Pp. 450-455). México: ITESO, CONACULTA, Secretaría de Cultura del Gobierno de Jalisco.
- CONACULTA. (2010) *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales*. Recuperado de http://www.conaculta.gob.mx/recursos/banners/ENCUESTA_NACIONAL.pdf
- Cuadrado, M., Berenguer, G. (2002). El consumo de los servicios culturales. España: ESIC Editorial.
- Deleuze, G. (1996). *Crítica y Clínica*. Barcelona: Anagrama. Pp. 97
- Deleuze, G., Guattari, F. (2002). *Mil Mesetas. Capitalismo y Esquizofrenia*. (5ª ed.). España: Pretextos. Pp. 12

Foucault, M. (2010). *El cuerpo utópico. Las heterotopías*. Buenos Aires: Nueva Visión

García Canclini, N. (1993) El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica. En García Canclini, N. (coord.), *El consumo cultural en México*. México: CONACULTA (Pensar la Cultura)

García Canclini, N. (2005). *La producción simbólica: Teoría y método en sociología del arte*. México: Siglo XXI Editores. Pp. 71

Hanna, J. (1979). *To Dance Is Human: A Theory Of Non Verbal Communication*. USA: University of Texas Press.

Morin, E. (1977). *El Método. La naturaleza de la naturaleza*. Madrid: Cátedra

Oñate, T., Arribas, B. G. (2015). *Postmodernidad: Jean-François Lyotard y Gianni Vattimo*. Barcelona: Batiscafo. Pp. 22

Piccini, M., Mantecón, A. R., Schmilchuk, G. (2000). *Recepción artística y consumo cultural*. México: Casa Juan Pablos.

Piedrahita Echanía, C. (2015). *Subjetivaciones políticas y pensamiento de la diferencia*. Bogotá : Universidad Distrital Francisco José de Caldas : Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.

Tame, J. (2007). Reflexiones sobre la enseñanza y el cuerpo. En Cámara, E. ; Islas, H. (Coord.). *La enseñanza de la danza contemporánea. Una experiencia de investigación colectiva*. México: UACM, CONACULTA, INBA

Vargas Llosa, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. México: Alfaguara/ Santillana

Williams, R. (1994) *Sociología de la cultura*. Barcelona: Paidós

Zallo, R. (1988) *Economía de la comunicación y la cultura*. Madrid: Ediciones AKAL

Zallo, R. (2007, mayo). La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. *Zer. Revista de estudios de comunicación*. Vol. 12, núm. 22, pp. 215-234

Zizek, S. (2006). *Órganos sin cuerpo. Sobre Deleuze y consecuencias*. España: Pretextos

Deleuze, G. (2001). *La imagen-tiempo: estudios sobre el cine*. Barcelona: Paidós Ibérica