

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

DIRECCIÓN DE CENTROS REGIONALES

PRODUCTO MEDIÁTICO ULTRALocalizado (P.M.U.)

PARA CONVOCAR AL

DESARROLLO RURAL REGIONAL (D.R.R.)

TESIS

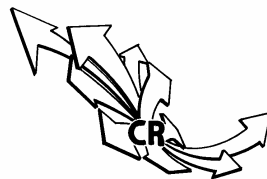
QUE COMO REQUISITO PARCIAL

PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRO EN CIENCIAS EN DESARROLLO RURAL REGIONAL

PRESENTA:

MILO COVELO CORTÉS



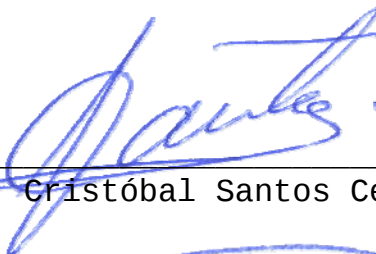
28 DE ABRIL 2010

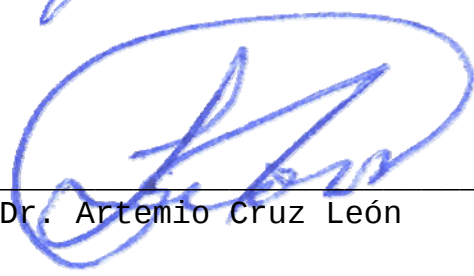
CHAPINGO, ESTADO DE MÉXICO

**PRODUCTO MEDIÁTICO ULTRALocalizado (P.M.U.) PARA CONVOCAR
AL DESARROLLO RURAL REGIONAL (D.R.R.)**

Tesis realizada por **Milo Covelo Cortés** bajo la dirección
del Comité Asesor indicado, aprobada por el mismo y
aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

MAESTRO EN CIENCIAS EN DESARROLLO RURAL REGIONAL

DIRECTOR: 
Dr. (C.) Cristóbal Santos Cervantes

ASESOR: 
Dr. Artemio Cruz León

ASESOR: 
Dr. César Adrián Ramírez Miranda

DEDICATORIA:

Al Poder Superior.

A la autoreferencia roja y la lucha por su libertad.

Al ser en sí que vivió como pensaba.

A la línea genética que nos une en hermandad.

A aquellos que se dan sin esperar nada a cambio.

Al desarrollo ultralocalizado.

AGRADECIMIENTOS:

A las Becas Nacionales del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT).

A Cristóbal, Artemio, César e Ing. Virgilio.

A los maestros y compañeros de la generación 12 de la MCDRR.

A los individuos autoreferentes de la RAACAT que han logrado asumirse ellos mismos como PMU's.

A William E. Rose.

DATOS BIOGRÁFICOS:

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 93-97 en la Universidad Intercontinental.

Trabajos en la profesión: producción radiofónica en A.M. y F.M. comercial. Corrección de estilo y formación de textos para agencia de comunicación corporativa.

2007-2010 - Curso de tiempo completo en la MCDRR y elaboración de tesis.

2006 y 2004 - Aplicador de herbicidas en subestaciones eléctricas y cortador de especies invasivas arbóreas debajo de líneas de alta tensión para la empresa VCS en los seis estados de la región de Nueva Inglaterra, EUA.

2005 - Voluntario en el kibbutz El-Rom, Israel, realizando poda y mantenimiento en las huertas.

2005 - Trabajos diversos en el criadero de caballos *La Hugoterre* de la Normandia Baja, Francia.

2003, 2004 y 2006 - Guía de recorridos educativos en las huertas y hortalizas de *Red Apple Farm* en Phillipston, Massachusetts, EUA.

PRODUCTO MEDIÁTICO ULTRALocalIZADO (P.M.U.) PARA CONVOCAR AL DESARROLLO RURAL REGIONAL (D.R.R.)
PROMOTING RURAL AND REGIONAL DEVELOPMENT (R.R.D.) THROUGH ULTRALocalIZED MEDIA PRODUCTS (UMP's)

Milo Covelo Cortés(1)

Dr.(C.) Cristóbal Santos Cervantes(2)

RESUMEN

La realización y posicionamiento de un Producto Mediático Ultralocalizado (PMU) eficaz se fundamenta en la construcción dinámica de un Modelo de Aplicaciones Estratégicas (MAE) y del desarrollo del ser en sí individual habitante de una Cultura Comunitaria Rural Regional (CCRR). Entre el 5 de febrero 2008 y el 7 de agosto 2009 se registraron en audio y video significantes propios de San Salvador Atenco, Atenco y Santa Catarina del Monte, Texcoco, los cuales se interpretaron para actualizar y clarificar una simbología regional a modo de una identidad corporativa. Diez PMU's resultaron de este trabajo de investigación: cuatro documentos audiovisuales, dos CD's musicales, dos carteles, un folleto y un logotipo. Estos PMU's buscan posicionarse (desde la perspectiva del interventor/desarrollador) como la síntesis del ser en sí individual habitante de una CCRR, el cual precisa transformarse en un individuo autorreferente que lo lleve a generar asociaciones de confianza intersecuenciales para elaborar un discurso de identidad base con el cual se construya un MAE para realizar PMU's cuya finalidad sea difundir bienes y servicios de la Región de Aprendizaje Ambiental y Cultural en Atenco-Texcoco (RAACAT). El proceso completo con mucha fe resultará en un intercambio comercial y cultural autorreferente.

PALABRAS CLAVE: autorreferente, identidad, simbología, posicionamiento, realización e individuo.

(1) Tesista
(2) Director

ABSTRACT

The production and positioning of an effective Ultralocalized Media Product (UMP) has its basis on the dynamic construction of a Strategic Application Model (SAM) and the development of the individuals' being in itself who lives within a Rural and Regional Cultural Community (RRCC). Between February 5th 2008 and August 7th 2009 some modes of signification were recorded through audio and video in the communities of San Salvador Atenco, Atenco and Santa Catarina del Monte, Texcoco. These modes of signification were interpreted to explain and update a regional symbology in the form of a corporate identity. Ten UMP's where the result of this research project: four audio-visual documentaries, two musical CD's, two posters, one brochure and a logo. These UMP's are produced from the perspective of the interventionist/developer as a synthetic interpretation of the individuals' being in itself that lives in a RRCC. The individuals' being in itself needs to be transformed into a self-referenced individual, an attitude that leads him to generate confident intersequential associations. Once the associations created, an identity discourse should be elaborated in order to construct a dynamic SAM to produce UMP's, with the purpose of extending goods and services of the Cultural and Environmental Learning Region in Atenco-Texcoco (CEL RAT). The whole process may result in a regional commercial and cultural self-referenced exchange.

KEY WORDS: self-referenced, identity, symbology, positioning, production and individual.

"Esta próximo el momento en que, por un proceso de carácter paranoico y activo del pensamiento, será posible (de forma simultánea al automatismo y a otros estados pasivos) sistematizar la confusión y contribuir al descrédito total del mundo de la realidad."

Dalí. 2003 b. p.105.

INDICE	PÁGINA
INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, HIPÓTESIS, OBJETIVO GENERAL	13
CAPÍTULO I: TEORIZACIÓN PRAGMÁTICO UTILITARISTA	
1.1 SER EN SÍ INDIVIDUAL	17
1.2 PSICOLOGÍA COLECTIVA	20
1.3 SISTEMAS AUTOREFERENTES	24
1.4 DESARROLLO COMO SOCIOLOGÍA DE MERCADOS	27
CAPÍTULO II: INTERVENCIÓN EN EL DESARROLLO RURAL REGIONAL (D.R.R.) Y EL MODELO DE APLICACIONES ESTRATÉGICAS (M.A.E.) PARA UN PRODUCTO MEDIÁTICO ULTRALocalizado (P.M.U.)	
2.1 INTERVENTOR/DESARROLLADOR EN EL D.R.R.	29
2.2 COMPOSICIÓN DEL M.A.E.	34
2.2.1 DEFRAGMENTACIÓN TRASCENDENTAL	36
2.2.2 DISCURSO DE IDENTIDAD BASE	43

2.2.3	ASOCIACIÓN DE CONFIANZA INTERSECUENCIAL	49
2.2.4	SIMBOLOGÍA REGIONAL	55
2.2.5	REGIÓN DE APRENDIZAJE AMBIENTAL Y CULTURAL EN ATENCO-TEXCOCO (R.A.C.A.A.T.) E INSTRUCCIÓN APRENDIZAJE BIDIRECCIONAL	60
2.2.6	INTERCAMBIO (TRUEQUE) COMERCIAL Y CULTURAL AUTOREFERENTE	66
2.3	P.M.U.	68
CAPÍTULO III: ANALOGÍAS GEOREFERENCIALES DE LA R.A.A.C.A.T.: SAN SALVADOR ATENCO Y SANTA CATARINA DEL MONTE		
3.1	ENTIDAD EJIDAL: BALNEARIO Y PARQUE	73
3.2	ANALOGÍA GEOREFERENCIAL EN SAN SALVADOR ATENCO	80
3.3	ENTIDAD MONTE: MÚSICA Y AGUA	82
3.4	ANALOGÍA GEOREFERENCIAL EN SANTA CATARINA DEL MONTE	87
3.5	ANALOGÍA GEOREFERENCIAL EN LA R.A.A.C.A.T.	90

CAPÍTULO IV: IMAGINANDO LOGOTÉCNIA EN LUGAR DE TECNOLOGÍA	
4.1 P.M.U's. DE LA R.A.A.C.A.T.	94
V. CONCLUSIONES	112
VI. RECOMENDACIONES	119
VII. BIBLIOGRAFÍA	122
VIII. ANEXO	132

INTRODUCCIÓN

¿Cómo convocar al Desarrollo Rural Regional (DRR) a través de un Producto Mediático Ultralocalizado (PMU)? El posicionamiento eficaz de un PMU puede ayudar a difundir bienes y servicios ultralocales a nivel regional con el fin de procurar un intercambio comercial y cultural autorreferente, lo cual conlleva a un DRR. El objetivo es construir un Modelo de Aplicaciones Estratégicas (MAE) que actúe como un paradigma simbólico para el individuo social autorreferente en la realización y posicionamiento de PMU's de la Región de Aprendizaje Ambiental y Cultural en Atenco- Texcoco (RAACAT).

Ultra es un prefijo que significa "más allá" o "al otro lado de". (wordreference.com) La ultralocalización de un producto mediático es el posicionamiento absoluto de los símbolos georeferenciales de un individuo, de una organización o de una entidad, posicionamiento que se representa en determinada aplicación de los medios de comunicación para difundir un bien o un servicio. El PMU para convocar al DRR precisa ultralocalizarse desde los niveles de realidad del individuo o individuos que habitan en una Cultura Comunitaria Rural Regional (CCRR), es decir, se parte del microcosmos del ser en sí individualista

simbólico y se certifica en la realización de un producto mediático que posiciona una identidad ultralocalizada hacia el macrocosmos regionalista.

Desarrollar el ser en sí individual hacia una evolución incesante de estabilización es la responsabilidad primera a cumplir en este nivel de realidad, ya después de trascendida, el ser en sí individual se transforma en un individuo autorreferente. La autorreferencia individual conlleva a buscar complementos sociales, lo cual discurre en una asociación de confianza intersecuencial cuyo fundamento es la construcción de un discurso de identidad base. El individuo autorreferente que participa en una asociación de confianza intersecuencial y que cuenta con un discurso de identidad base, precisa construir continuamente el MAE para realizar un PMU. El PMU es la representación de los valores culturales de los individuos autoreferentes gestores de su propia simbología, quienes posicionan sus significantes a través de diversos PMU's para difundir los bienes y servicios de la RAACAT. La construcción dinámica del MAE para un PMU tiene como finalidad el convocar al DRR que resulte en un intercambio comercial y cultural autorreferente de la RAACAT.

El PMU es también una oportunidad para el individuo autorreferente de hacer un arte del control de su cultura y ambiente en medios de comunicación, de tal manera estará mercantilizando su cultura tradicional a través de herramientas propias de la identidad corporativa, metodología utilizada desde la gerencia de la industria cultural.

La industria cultural masifica mensajes, bienes y servicios; de la misma manera el individuo social puede ultralocalizar sus mensajes, bienes y servicios; mediatizando con las mismas herramientas que la gerencia de la industria cultural su propia cultura tradicional.

Horkheimer y Adorno (Escuela de Frankfurt) dicen acerca de la industria cultural, que es donde los medios masivos de comunicación definen las identidades de las sociedades, producen industrialmente elementos culturales y guían la percepción de la vida. Esta producción masiva de “bienes culturales” crea demandas antes que dar respuestas a las necesidades efectivas de los individuos sociales.

“Hablar de cultura ha sido siempre algo contra la cultura. El denominador común <<cultura>>, contiene ya virtualmente la toma de posesión, el encasillamiento, la clasificación, que entrega la cultura al reino de la administración. Sólo

la subsunción industrializada, radical y consecuente, está en pleno acuerdo con este concepto de cultura. Al subordinar de la misma forma todos los aspectos de producción espiritual al fin único de cerrar los sentidos de los hombres –desde la salida de la fábrica por la noche hasta el regreso frente al reloj de control la mañana siguiente– mediante los sellos del proceso de trabajo que ellos mismos deben alimentar durante la jornada, la industria cultural pone en práctica sarcásticamente el concepto de cultura orgánica que los filósofos de la personalidad oponían a la masificación.” (Horkheimer y Adorno. 1988; p.7)

La cultura tradicional son los procesos de valoración simbólica endógenos que pertenecen y utilizan una o varias comunidades de individuos sociales; para efectos de un discurso de identidad base en este trabajo de investigación, se denomina al término cultura tradicional: Cultura Comunitaria Rural Regional (CCRR).

“La cultura tradicional y popular es el conjunto de creaciones que emanan de una comunidad cultural fundadas en la tradición, expresadas por un grupo o por individuos y que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad en cuanto expresión de su identidad cultural y social; las normas y los valores se transmiten oralmente, por imitación o de otras maneras. Sus formas comprenden, entre otras, la lengua, la literatura, la música, la danza, los juegos, la mitología, los ritos, las costumbres, la artesanía, la arquitectura y otras artes.”(UNESCO. 1989)

En México la industria cultural se ha convertido en un artilugio del Estado, constituyéndose como el único agente encargado de políticas, instituciones, compañías, bienes y servicios culturales desde el proyecto vasconcelista de

organización institucional de la cultura; en la actualidad permean en todos los medios de comunicación masiva creando finos sistemas de penetración y consumo entre los individuos sociales.

"En nuestro país las industrias culturales protegidas por el derecho de autor generaron en 2004 el 6.7% del PIB, según estudios realizados por la LIX Legislatura y por el Centro de Investigación y Docencia Económica."(Muñoz Santini en Robles y Banda. 2006; p.168)

Es así que tenemos un poder estatal y un poder empresarial que se "asocian" en la estructuración de una industria cultural. Tras la industrialización urbana y rural, así como la aplicación de políticas de libre comercio trasnacional en México, la cultura se ha comercializado a un nivel mercantil de competitividad y consumo; tendencia que ha incidido en la percepción cultural de las tradiciones regionales en comunidades del circuito periférico de la zona metropolitana del valle de México.

Los municipios de Atenco y Texcoco en el Estado de México son un claro ejemplo de esta transición histórica-cultural, donde los individuos sociales interactúan entre sus eventos identitarios tradicionales, sus procesos de subsistencia económica y los efectos mediáticos, teniendo como resultado a la mayoría de los individuos sociales de regiones rurales carentes de referencias mediáticas autónomas.

El individuo social atenquense y texcocano percibe la industria cultural, la asimila y la apropia. A partir de la noción de autoreferencia existe la posibilidad de autoorganizar los símbolos autónomos de una localidad o región para que con ello el individuo social inmerso en la comunicación masiva de la industria cultural se transforme en un individuo autorreferente creador de una comunicación ultralocalista a nivel regional. Por supuesto las herramientas que el individuo autorreferente va a utilizar para posicionar sus PMU's en un público objetivo son las mismas que la industria cultural ha utilizado desde comienzos de la era postindustrial: la identidad corporativa.

Las estrategias de mercadotecnia y publicidad funcionan para generar una identidad, la llamada identidad corporativa, cuyo elemento de mayor efectividad es el posicionamiento (término acuñado en 1969 por Jack Trout). El posicionamiento exige identificar y definir los rasgos de identidad para que una organización, un equipo de trabajo de corte corporativo o una asociación de confianza intersecuencial sea percibida de forma precisa.

"El posicionamiento es un principio fundamental de la mercadotecnia que muestra su esencia y filosofía, ya que lo

que se hace con el producto no es el fin, sino el medio por el cual se accede y trabaja con la mente del consumidor: se posiciona un producto en la mente del consumidor; así, lo que ocurre en el mercado es consecuencia de lo que ocurre en la subjetividad de cada individuo."(Ries y Trout. 2002; p.23)

El MAE para un PMU adopta la técnica del posicionamiento de la industria cultural con el fin de ser utilizada en asociaciones de confianza intersecuenciales que bajo su propio discurso de identidad base logren ubicar los símbolos tradicionales de su territorio, resignificándolos y posicionándolos a modo de una identidad corporativa. Consolidándose así un PMU en comunicación y valores autónomos de individuos autoreferentes de un colectivo comunitario en regiones rurales.

¿Cuál es la diferencia entre el posicionamiento de los bienes y servicios de la industria cultural y el de un PMU de una CCRR? La utilidad de la industria cultural es ser competitiva ante los bienes y servicios de otras empresas; la utilidad de la CCRR es realizar PMU's para convocar al DRR, fomentando el intercambio comercial y cultural autoreferente y reposicionando cuantas veces sea necesario su propia simbología regional.

Se comprende al DRR como la interacción de diversos niveles de realidad y estados de consciencia desde la concepción de desarrollo de los individuos de una CCRR así como desde la perspectiva de estabilización económica de acuerdo a un intercambio comercial y cultural autorreferente en la RAACAT.

La metodología para la generación de una identidad corporativa de la industria cultural lleva un constante pulido hasta convertirla en una marca comercial; la CCRR pule una infinidad de símbolos pluridimensionales de su cosmogonía hasta llegar a forjar el mito, la utopía que los individuos sociales desean construir. Ambas formas (CCRR e industria cultural) buscan posicionarse ante la relatividad simbólica.

La simbiosis entre tradición y modernidad, entre hegemonía y autonomía, entre lo virtual y lo real es manifestable en un PMU; el abstracto cultural de una región estructurada para su posicionamiento.

Este intento de isomorfizar cualidades de la industria cultural, de la identidad corporativa, de los actores sociales y del ambiente paisajístico, brinda la posibilidad

de utilizar la difusión para poner al alcance del público los PMU's de la RAACAT. El público, desde un punto de vista económico-mercantil es consumidor, pero al mismo tiempo es un producto, ya que en base a una segmentación del mercado se difunden productos para que se consuman. ¿Pero acaso esta segmentación del mercado (públicos objetivos) no es en sí misma una producción simbólica de un bien consumible? Es decir, se ha producido un público-producto para que se autoconsume.

"En términos simples, segmentar significa subdividir con base en variables geográficas, demográficas, psicográficas y motivacionales, a fin de identificar, localizar y seleccionar públicos rentables con intereses comunes para quienes se desarrolla una oferta."(Cordero. 2008; p.105)

Este proceso de segmentación del mercado expone con transparencia la ambigüedad y virtualidad con que se desenvuelven todos los individuos sociales, ya sean ciudadanos, rurales o lunáticos en un mundo de consumo de productos y de realidades producidas para consumirse.

Los individuos autoreferentes en la RAACAT al segmentar mercados y establecer públicos objetivos, pueden diseñar y elaborar PMU's de corte ambiental y cultural que posibiliten el intercambio comercial y cultural

autoreferente y al mismo tiempo resignifiquen la identidad comunitaria contemporánea.

La construcción del MAE y el posicionamiento de un PMU para la difusión de bienes y servicios en la RAACAT expone tres espacios temporales de dinamización: uno es el posicionamiento virtual de la RAACAT, otro es el de la construcción ultralocalizada de símbolos y el otro es la administración de aplicaciones estratégicas de PMU's para difundir bienes y servicios en un intercambio comercial y cultural autoreferente.

La difusión de un servicio como lo es el aprendizaje ambiental y cultural, requiere de aplicar en buena medida la atención al cliente y la forma en que se le ofrece, expone y entrega el producto de servicios. Por más tradicionalistas que deseemos ser, hay una tendencia global que se llama competitividad, no importa que tan autoreferenciales y autónomos se pueda llegar a ser, si el factor de calidad en el bien o en el servicio no es equiparable a los estándares que se manejan en el mercado mundial, el valor se demerita. Y esto en términos éticos en cualquier CCRR del planeta se llama: dignidad. Sí, dignidad por las tradiciones culturales y el valor que de ellas

emanan; la difusión de bienes y servicios, así como la funcionalidad y técnica de los mismos necesita de un nivel de calidad tan apasionado como la digna fe en los símbolos regionales y las tradiciones culturales. Se están construyendo arquetipos representativos de un territorio y de sus actores sociales, a fin y efecto de posicionarlos en la estructura de un mercado ultralocalista pero con una calidad de niveles corporativos globales.

La realización y posicionamiento de PMU's es la adopción de una lógica acorde a la actualidad sistémica comunicativa con el fin de diseñar (en términos de difusión mediática) sus propias identidades. Por supuesto que la dignidad y la cultura hoy en día son sancionadas por el mercado global, no obstante uno de los argumentos de esta tesis es que a través de la construcción eficaz de un MAE basado en la metodología de la identidad corporativa y la noción de intercambio comercial y cultural autorreferente, la competitividad no será por mercados sino por la digna responsabilidad de realizar productos de alta calidad, los cuales sean la expresión de pertenecer no solo a una región rural sino a una cronotopía globalizada en mercados ultralocales.

La zona georeferencial entre los pueblos de San Salvador Atenco, Atenco y Santa Catarina del Monte, Texcoco, es un territorio simbólico que para efectos de este trabajo de investigación se le ha elaborado un nombre que sintetiza en una marca el posicionamiento de los PMU's para dicha ubicación georeferencial: Región de Aprendizaje Ambiental y Cultural en Atenco-Texcoco (RAACAT). Marca identitaria de la cual se ha elaborado un logotipo el cual se ha insertado en cada uno de los PMU's realizados para este estudio.

"¿Es una marca un producto, un servicio o una empresa? ¿Es un logo una estrategia de marketing o una actitud? El posicionamiento de marcas puede definirse como la transformación en forma de identidad del conjunto de valores y atributos esenciales de una persona, empresa o productos. La identidad corporativa puede incluir la manifestación visual de estos valores y la encarnación de la personalidad deseada, así como adoptar diferentes formas. La identidad acompaña todos los aspectos taxonómicos de las marcas, como el emblema o logotipo, los íconos, la tipografía y los colores. Pero también incluye el espíritu, la atmósfera y la percepción que el producto genera en el consumidor."(mono. 2004; p.8)

Ha llegado el momento de que los individuos sociales que viven los símbolos de su CCRR, resignifiquen esos símbolos posicionándolos a nivel regional utilizando todos los medios de comunicación que estén a su alcance, llevando a cabo estrategias de difusión, promoción y comercialización de sus productos, de sus servicios o simplemente para exponer sus bienes culturales y ambientales desde su región

georeferencial. El intento de mediatización va por lograr un equilibrio entre funcionalidad y emotividad, características primordiales del posicionamiento en la identidad corporativa.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cómo convocar al Desarrollo Rural Regional (DRR) a través de un Producto Mediático Ultralocalizado (PMU)?

HIPÓTESIS

El posicionamiento de un PMU puede ayudar a difundir bienes y servicios ultralocales a nivel regional con el fin de procurar un intercambio comercial y cultural autorreferente, lo cual conlleva a un DRR.

OBJETIVO GENERAL

Construir un MAE como un paradigma simbólico que le funcione al individuo social autorreferente en la realización de un PMU para difundir bienes y servicios en la RAACAT, el cual logre convocar al DRR a través de un intercambio comercial y cultural autorreferente.

La primer propuesta de un PMU fue la construcción de una imagen identitaria de corte ecológico para el parque ejidal

de San Salvador Atenco en un folleto, tras ello se diseñó un logotipo para crear la marca mercantil de los PMU's: RAACAT. Éste logotipo aparece en cada uno de los PMU's realizados, lo cual "institucionaliza" la región, así como sus bienes y servicios para difundirlos a través de un MAE. Después de ello se filmaron algunas celebraciones tradicionales en San Salvador Atenco, Atenco y en Santa Catarina del Monte, Texcoco, resultando en cuatro audiovisuales desde los cuales se interpretó una simbología de la RAACAT. Finalmente el PMU paradigma de este trabajo de investigación fue la recopilación musical de 18 meses de registros audiovisuales en la RAACAT. La imagen identitaria del folleto para el parque ejidal, el logotipo de la RAACAT, los documentos audiovisuales de celebraciones tradicionales y los CD's musicales son PMU's realizados en base al MAE, siempre con el intento de asumir la posición del individuo autorreferente de una CCRR en la RAACAT, no obstante reconociendo que la actividad del interventor/desarrollador es incidental en las interacciones de una CCRR, lo cual hasta cierto punto lo hace copartícipe del desarrollo y posicionamiento de un PMU.

Desde la perspectiva del interventor/desarrollador se buscaron posicionar dos PMU's: un cartel con el estilo de los que difunden las distribuidoras cinematográficas, el cual se realizó para exponerlo en el III Congreso Internacional de Desarrollo Rural Regional llevado a cabo en Oaxaca, Oaxaca a finales de septiembre 2009; así como esta tesis, que al igual que el cartel, la hace un PMU para difundir los bienes y servicios de un MAE para convocar al DRR mediante la transformación del ser en sí del interventor/desarrollador en una CCRR, y no como en los otros PMU's, que la difusión de bienes y servicios se enfoca a convocar al DRR mediante los individuos habitantes de una CCRR que busquen un intercambio comercial y cultural autoreferente en la RAACAT.

Este trabajo de investigación se divide en cuatro capítulos de fondo. El primer capítulo consiste en el inicio de la argumentación teórica en aras de construir un MAE para un PMU y desde ahí convocar al DRR.

El segundo capítulo es un abordaje a la intervención en el DRR y el MAE para un PMU.

El tercer capítulo es la interpretación de formas simbólicas en los trabajos de campo realizados en San Salvador Atenco, Atenco y Santa Catarina del Monte, Texcoco, manifestando ciertas analogías georeferenciales y comunitarias que dan visos de integridad a la RAACAT.

El cuarto capítulo es el recuento de los PMU's realizados en este trabajo de investigación y una serie de reflexiones de estudio.

El anexo presenta imágenes de los PMU's realizados.

CAPÍTULO I: TEORIZACIÓN PRAGMÁTICO UTILITARISTA

1.1 SER EN SÍ INDIVIDUAL

En este trabajo de investigación la realización de un PMU depende de la interpretación de los simbolismos que giran en torno a valores sustanciales (del ser en sí individual), culturales, mediáticos y paisajístico-ambientales de la RAACAT. Esta simbología regional actúa como una autoafirmación del ser en sí individual, quien acciona en espacios temporales de tradiciones y creaciones simbólicas. Ya lo explicaba el filósofo Georg W. Hegel "Lo que es el ser en sí no es aún lo verdadero, sino lo abstracto; es el germen de lo verdadero, la aptitud, el ser en sí de lo verdadero."(Hegel. 1983; p.44) Hegel lo ejemplifica de modo soberbio con un germen, el cual es un ser en sí, lo simple de todo lo múltiple que puede dar, es decir, toda la multiplicidad trascendental verdadera que puede emanar de un germen.

La multifuncionalidad de actividades que precisa desarrollar el individuo social de una región rural para generar diversas estrategias de subsistencia económica, así como las pluriidentidades con que necesita interactuar, lo posicionan en un nivel de realidad donde el ser en sí individual es inmutable, ya que trasciende toda la

multifuncionalidad y pluriidentidad autoreferenciando su CCRR, el gérmen Hegeliano.

¿Cuál es el medio del individuo social de regiones rurales para encauzar la gestión del desarrollo? Asociaciones de confianza intersecuenciales en equipos de trabajo de corte corporativo. En primer plano, el individuo social necesita autoorganizar y autoreferenciar la trascendencia del ser en sí individual para comprender a cabalidad lo que simboliza la autonomía. En segundo plano, las asociaciones de confianza intersecuenciales actuando en base a un discurso identitario de corte corporativo. Y en tercer plano, identificar lo que la industria cultural llegue a influenciar a la CCRR de la asociación de confianza intersecuencial o lo que esta en sí pueda afectar en su CCRR.

Entonces, primero el ser en sí individual necesita defragmentar sus valores culturales y construir formas simbólicas en un proceso de defragmentación trascendental (una aplicación del MAE) que le permita evolucionar su concepción de desarrollo autónomo. Después, definir el discurso de identidad base de la asociación de confianza intersecuencial creando una visión y misión (corporativa)

del proyecto de trabajo, políticas y objetivos de calidad, así como códigos de ética. Todo esto sin necesariamente acordar con la línea política de las instituciones de gobierno; que es importante conocer las posturas pero, la identidad de la asociación de confianza intersecuencial es autónoma, es su personalidad y fuerza de carácter, no tiene porque adecuarse a emblemas municipalistas o identidades de regionalización federal. El proceso de desarrollo es creativo, y por lo mismo estas decisiones estratégicas deben tener prioridad en los intereses de la asociación de confianza intersecuencial para solventar las necesidades básicas, y después solucionar la articulación con el entorno, porque a fin de cuentas hay modos de negociación y flexibilidad, pero si no se tiene un discurso de identidad base, la asociación de confianza intersecuencial siempre será manipulable para ser controlada por la industria cultural.

La contienda comunicativa que libra el individuo social de una CCRR es de autoreferencia y autonomía. Precisa autonomizarse del proceso creado por la industria cultural en que se encuentra inmerso, para ello precisa de la defragmentación trascendental con el fin de replantear, recrear, resignificar su cosmovisión ontológica, en otras

palabras autoreferenciar el ser en sí individual para realizar un PMU que contenga una simbología regional ultralocalizada desde la perspectiva del individuo autorreferente de una CCRR.

Un PMU es la expresión identitaria de la tradición cultural de una región, así como la mística utópica del ser en sí individual comunitario. El desarrollo comienza por el ser en sí, por el individuo, por el humano, por el hombre y la mujer.

La subjetividad del ser en sí individual es lo que se pretende motivar a transformar; revertir el efecto mediático de la industria cultural y crear desde la perspectiva del individuo autorreferente diversas estrategias de posicionamiento mediático que difundan su propia simbología cultural y en consecuencia la interacción con su realidad circundante, por ejemplo al convocar mediante PMU's al DRR dentro de un intercambio comercial y cultural autorreferente en la RAACAT.

1.2 PSICOLOGÍA COLECTIVA

El proceso racional e intuitivo que ocurre en cada uno de los individuos sociales para traducir la información a

formas simbólicas está en el conjunto de las funciones sensitivas, afectivas y mentales inconscientes o conscientes del ser en sí individual, es decir, la psique, que para los griegos significaba el alma. Se puede decir que el alma es un procesador de formas simbólicas, así como las computadoras tienen un procesador de información, o sea su alma cibernética.

Un alma cibernética es lo que precisa el individuo autoreferente para interpretar la complejidad de la psique social en la que se encuentra inmerso como ser en sí individual. A la psique, al alma del fenómeno multitudinario, se le llamó desde la disciplina psicológica: "hechos colectivos", los cuales se identifican por su ultralocalización y su rutinareidad. En alemán se le conoce a la psicología de masas como psicología del pueblo o con mayor propiedad, psicología de la gente, disciplina que ubica la fundamentación de los "hechos colectivos", y justamente la localiza en la cronotopía de su producción cultural o espiritual; formas simbólicas y/o religiosas. Razón por la cual, se dice que el objeto de la psicología de la gente (e integrando los "hechos colectivos" se define mejor como psicología colectiva) se encuentra en la

cultura. (Fernández en Calleja y Gómez-Peresmitré. 2001; p.135)

Se concibe al individuo social como productor y consumidor de significados. Entonces, los valores sociales del individuo se conforman en la interpretación y definición de su acción social. Luego entonces, los valores sociales motivan y hacen emerger las actitudes individuales, es decir, la conducta social. (Ibidem; p.164)

La teoría del interaccionismo simbólico trata de conocer los procesos de interpretación del individuo y del entorno social, así como su producción de sistemas simbólicos.

“En el nivel metodológico, se requiere que el investigador entre en acción con los mundos de la gente estudiada para ver la situación como está siendo vista por el actor, observando lo que el actor toma en cuenta, y cómo interpreta lo que se es tomado en cuenta.”(Ito en Calleja y Gómez-Peresmitré. 2001; p.165)

En los PMU's realizados hay un esbozo de este interaccionismo simbólico en algunos de los testimoniales de entrevistados, y más aún tratándose de celebraciones tradicionales. Los rasgos perceptivos de primera instancia son importantes en un interaccionismo simbólico, para lo cual la herramienta mediática audiovisual es un excelente

recurso de registro psicocolectivo. Dependiendo de muchos factores tan sutiles como si la intervención para captar registros audiovisuales se realiza en medio de una festividad, o cuando murió alguien conocido por muchos, o tras la presencia de un político en campaña; todas las interacciones simbólicas cambian.

La relación activamente social propicia la generación de significados, que más tarde aparecerán como formas simbólicas en el individuo o en el grupo. Estas formas simbólicas son la estructura por donde los individuos sociales construyen sus niveles de realidad, pero la realidad colectiva es intersubjetiva y simbólica, si pertenece, pertenece al ámbito de la comunicación, que es el fundamento de las interacciones. (Ibidem; p.166) Luego entonces, tenemos que si la comunicación es el fundamento de las interacciones, un PMU es la síntesis de una simbología regional para difundir bienes y servicios; interacción comunicativa que puede ser el fundamento del intercambio comercial y cultural autorreferente para convocar al DRR.

"No es verdad sino aquello que nosotros creemos es verdad, que tenemos la fuerza de imponer. El conocimiento -la ciencia- no es más que una proposición, una de las posibles del universo."(Dalí. 2003 a; p.471)

Todo esto sugiere que hay que empezar el desarrollo comunitario, primero por el individuo social rural regional, quien antes que nada es un ser en sí individual que precisa transformarse en un individuo autoreferente. La intención de hacer del individuo el objeto de estudio del desarrollo comunitario es para poder vislumbrar no una participación social, no una colectividad, sino un ser en sí trascendental con una comunicación consciente por él y por los demás.

1.3 SISTEMAS AUTOREFERENTES

Al hablar de intercambio comercial autoreferente, de individuos autoreferentes y de un producto mediático ultralocalizado, se está hablando de elementos mítico-utópicos de una CCRR en extremo radical que se caracteriza por su autoreferencialidad y ultralocalización, es decir, se observa a sí misma y a quienes la observan.

Esta cuestión figurativa hace que la interpretación del observante se transforme en la realidad bajo observación, la cual incide en lo que se observa, generándose a su vez otra realidad que se emite de vuelta desde lo observado al observante.

"Tres conceptos están entonces conectados de modo triádico, cada uno con los otros. Esos conceptos son: primero, los

observadores; segundo, el lenguaje que usan y tercero, la sociedad que forman al usar el lenguaje.”(von Foerster. 2006; p. 91)

La teoría de la cibernética iniciada por Norbert Wiener y Arthur Rosenblueth fue desarrollada por el físico Heinz von Foerster, una aventura que buscaba integrar secuencias, subsistemas y sistemas en un conjunto autoorganizado y autoreferente dentro de máquinas tecnológicas; el resultado de esta teoría se transformó en los programas computacionales que maneja toda la tecnología cibernética que hoy conocemos.

Algunos elementos de la teoría de la cibernética bien pueden asociarse a la construcción de una MAE y al posicionamiento de un PMU bajo un enfoque sistémico de equipos de trabajo corporativos, es decir, asociaciones de confianza intersecuenciales que generen los valores del discurso de identidad base, los cuales funcionen como un sistema artificial en distintos niveles de realidad simbólica.

“La cibernética encontró un lenguaje interdisciplinario por naturaleza, que permitía tanto construir sistemas artificiales, como entender sistemas naturales biológicos... donde los sistemas vivientes son autoorganizadores por antonomasia, al menos en dimensiones fundamentales para su ser viviente... el interés por los sistemas autoorganizadores llevaría a una atención cada vez

mayor sobre dos nociones: la de autonomía, el hecho de estar estos sistemas regidos por sus propias leyes; y la de autoreferencia, un proceso lógico por el cual una operación se toma a sí misma como objeto, como sucede cuando por ejemplo, hablamos del lenguaje, pensamos el pensamiento, o somos conscientes de nuestra conciencia." (Pakman en Von Foerster, 2006; p.23)

Esta última idea se vincula con la evolución de la cibernética de los sistemas observados hacia la cibernética de segundo orden de los sistemas observantes, teoría aplicable en el proceso de interpretación de significantes para la construcción de un MAE y el posicionamiento de un PMU.

"Al observar un sistema existe una relación entre nosotros como observadores y los fenómenos observados...y más aún, el proceso de observación delimita en sí mismo otro sistema autónomo, en el cual observadores y sistema observado interactúan a través de procesos autoreferenciales." (Ibidem; p.24)

El individuo autoreferente puede aplicar los conceptos de la cibernética de segundo orden para diferenciar e identificar símbolos exógenos y endógenos, estableciendo de tal manera un sistema autoorganizador disciplinario y técnico que le permita construir desde su propia autorreferencia de CCRR el posicionamiento de un PMU para la difusión de bienes y servicios de la RAACAT a través de un MAE.

1.4 DESARROLLO COMO SOCIOLOGÍA DE MERCADOS

El individuo autoreferente debe empeñarse en abstraer la capacidad de cosificarse, de materializarse y de mercantilizarse (desde la noción mercantilización de Norman Long).

“A diferencia de la noción de comercialización, que se enfoca en los procesos por los cuales los productos adquieren valor de intercambio en las relaciones de mercado, la mercantilización tiene un alcance más amplio, ya que se aplica a todas las fases de producción y reproducción... no solo cubre los procesos por los cuales se valoran los bienes del mercado, sino también los que moldean el consumo, producción, distribución, intercambio, circulación y patrones de inversión, valores y conductas culturales.” (Long. 2007; p. 186)

El material que va a utilizar el individuo autorreferente para resignificar una simbología y posicionar un PMU son mitos, leyendas, ideales, costumbres, tradiciones, arquetipos, significantes y símbolos para difundir bienes y servicios ultralocales y regionales. Ésta forma de mercantilización busca convocar al DRR en una evolución incesante de estabilización para la RAACAT, ya que puede estabilizar la economía en un intercambio comercial y cultural autorreferente, así como generar un desarrollo comunitario al realizar PMU's simbólicamente ultralocalizados de una CCRR en el desarrollo de su autoreferencia y autonomía.

La mercantilización debe ser diseñada bajo la interpretación del individuo autorreferente, quien a través de una asociación de confianza intersecuencial y del discurso de identidad base puede crear lo que Long denomina: agencia humana.

“La noción de agencia humana atribuye al actor individual la capacidad de procesar la experiencia social y diseñar redes sociales para canalizar la interrelación de elementos endógenos y exógenos, tales como: individuos, organizaciones, tecnologías relevantes, recursos financieros, así como materiales, discursos y símbolos generados por los medios de comunicación. Estas son habilidades para conocer y hacer procesos que se forjan y transforman a través de acciones de grupos e individuos que desarrollan estrategias sociales en base al conocimiento existente, recursos, capacidades y formas organizacionales emergentes, las cuales tanto habilitan como restringen sus acciones.” (Ibidem; pp.50,54,105,177,216)

Las nociones de mercantilización y agencia humana amplían el espectro de acción en la difusión de bienes y servicios a través de PMU's, ya que esto mismo le brinda una cierta clase de “actualización identitaria” a la CCRR y exalta las posibilidades estratégicas para generar un intercambio comercial y cultural autorreferente entre asociaciones de confianza intersecuenciales a nivel regional y ultralocal.

CAPÍTULO II: INTERVENCIÓN EN EL D.R.R. Y EL M.A.E. PARA UN P.M.U.

2.1 INTERVENTOR/DESARROLLADOR EN EL D.R.R.

La noción Longuiana de agencia humana considera como actores individuales a una institución, organización, dependencia gubernamental o a un individuo social, todos ellos sujetos implicados en el desarrollo comunitario, ya sean los interventores del desarrollo o los individuos sociales.

Se entiende por desarrollo comunitario al proceso continuo de transformación y constante reformulación de las necesidades de una CCRR planteadas en asociaciones de confianza intersecuenciales, necesidades expresadas en un discurso de identidad actualizado para difundir y posicionar los bienes y servicios de mayor pertinencia.

Tras la experiencia adquirida en los trabajos de campo dentro de las comunidades de estudio, fue evidente el hecho de que sólo hay un verdadero interventor/desarrollador en la región rural, y ese es el mismo individuo social ultralocal, quien precisa transformarse en un individuo autoreferente. El interventor/desarrollador es un actor

social incidental que puede convencerlos de integrarse y afiliarse a un nivel de realidad, pero eso no garantiza el DRR, porque el DRR compete a quien lo vive, por qué lo vive y cómo lo revive. El DRR es una actividad endógena de intervención y expresión intracomunitaria, la cual empieza por el desarrollo comunitario del ser en sí individual y evoluciona en una incesante estabilización de la economía al generar un intercambio comercial y cultural autorreferente a nivel regional.

“Así, detrás de la afirmación que la intervención es el gatillo o la fuerza impulsora del desarrollo, está el hecho de que la mayoría de las veces las prácticas de intervención aspiran a controlar el modelo de crecimiento económico y político local. Las políticas de intervención aspiran a alinear las dinámicas de la iniciativa local con los intereses y perspectivas de las autoridades públicas y reproducir la imagen del Estado que fomenta el crecimiento económico y sus instancias como la llave del desarrollo.” (Long. 2007; p. 91)

Tal y como lo expone Long, el interventor/desarrollador, por muy buena voluntad que tenga, terminará por alinear las dinámicas de la iniciativa local con los intereses federales, esa es su labor. El desarrollo comunitario no depende exclusivamente ni de agentes promotores de sistemas de producción, ni tampoco del entorno institucional de crecimiento económico. El desarrollo comunitario está en potencia en todas partes de la localidad a través de sus

símbolos regionales y la resignificación que los individuos autoreferentes hacen de ellos, de tal manera se inicia la construcción de un MAE y el posicionamiento de un PMU.

En este trabajo de investigación los PMU's se realizaron desde la perspectiva e interpretación del interventor/desarrollador, no obstante las razones académicas por las cuales se estaba realizando una intervención, el objetivo siempre fue hacer un registro lo más endógeno posible acerca de las celebraciones tradicionales de las comunidades de estudio, lo cual fuese interpretado con posterioridad para determinar símbolos regionales y con ello proponer un MAE para realizar PMU's.

"La libertad es la anarquía, es la explotación infantil de la capacidad superior del ser que posee voluntad, es el abuso de lo divino. La verdadera libertad es el deber sublime de morir por la patria, es la voluptuosidad suprema de ser un esclavo. Apuesto por el desaburguesamiento de la cultura en la medida en que la sociedad se desproletarice. El nuevo estilo cultural pide la actualización de las grandes ideas víctimas del materialismo. ¡Una pedagogía que espera a sus maestros! El porvenir está en lo fantástico."(Dalí. 2003 a. p.635)

El genio artístico de Salvador Dalí expresado en la anterior cita es una muestra del desapego investigativo con el que el interventor/desarrollador necesita actuar durante sus incursiones con los individuos sociales en los lugares

de estudio. Dalí tiene razón al hablar acerca de la voluptuosidad suprema de ser un esclavo como referente de la libertad verdadera, ya que el ser en sí que se abandona al ideal, a la utopía productiva, a la ultralocalización del mito puede intuir la esencia simbólica de una cultura. La actitud del interventor/desarrollador precisa de un dejo de humildad e inocencia que lo lleve a experimentar la vivencia del individuo social de una CCRR; en cierto sentido el interventor/desarrollador debe subyugarse ante los significantes sociales que está interpretando para obtener una reflexión plena de libertad sin ningún atisbo de reinterpretaciones de quien observa lo observado y como ese sistema observado proyecta de vuelta los signos del observante ya modificados. El regocijo servil de "esclavizarse en situaciones incontrolables" hace que la vivencia adquiera una veracidad experimental casi carente de intervención exógena, demostrando por el contrario el desarrollo de la libertad endógena.

El espacio temporal simbólico desde la perspectiva del interventor/desarrollador se dinamiza en dos dimensiones de observación comparativa: al participar en un nivel de realidad como actor social incidental entre significantes ultralocales, así como también al interpretar dicha

interacción de niveles de realidad mientras se registraban audiovisualmente los símbolos y significantes de una CCRR. La producción de un PMU viene en una tercera dimensión de observación y acción (cibernética de segundo orden), al seleccionar y hacer asociaciones intersecuenciales de imágenes y sonorizaciones: construcción organizativa de los valores de tradición cultural y/o de los símbolos que se desea posicionar.

La actividad del interventor/desarrollador conlleva un posicionamiento de significación interpretativa triple. Primero desde la posición del desarrollador/interventor sobre un sistema intervenido; segundo, desde la posición de lo que este sistema proyecta hacia el interventor/desarrollador; y tercero, desde la posición interactiva que se ha creado entre el sistema y el desarrollador/interventor. El resultado de esta actividad hace que el interventor/desarrollador tenga un espectro amplio de los niveles de realidad que se utilizan en un colectivo comunitario, es decir, las formas comunicativo/simbólicas que brindan autoreferencia a una ultralocalidad.

Como interventor/desarrollador y actor social incidental, la intención es compartir los PMU's de este proyecto de investigación con los individuos sociales de la RAACAT como un prototipo muestra de lo que se puede realizar utilizando la dinámica metodológica del MAE y posicionar los PMU's dentro de una red comunicativa de intercambio comercial y cultural autorreferente, al igual que la difusión de bienes y servicios intraregionales.

2.2 COMPOSICIÓN DEL M.A.E.

La simbología regional es el material de trabajo con el cual se va a realizar un PMU. El MAE para la interpretación de una simbología regional tiene aplicaciones estratégicas de: mercadotecnia corporativa, psicología social y sistemas autoreferentes. La construcción del MAE para un PMU es una guía directriz con la cual una organización, un equipo de trabajo de corte corporativo, una asociación de confianza intersecuencial o un individuo autoreferente se avoquen a la tarea de identificar tradiciones y valores culturales con el fin de diseñar una simbología regional actualizada que les permita generar un arte del control en la realización de PMU's para difundir bienes y servicios de una comunidad ultralocal y/o regional.

El registro visual y auditivo de significantes en las comunidades de estudio de la RAACAT son el material identitario con el cual se interpretaron símbolos mediante el MAE para diseñar diversos PMU's. Tampoco ha sido reescribir la historia, es algo más sutil, algo similar a como se desarrolla la historia oral, de boca en boca y siempre con añadiduras de acuerdo a quien la interpreta y al momento en que se reinterpreta; una actualización de la cronotopía simbólica. En la historia oral lo que se tiene son la memoria de algunos significantes, y eso es lo que perdura, no la historia en sí, quienes permanecen son esos significantes que le dan valor a los símbolos.

La interpretación desde la perspectiva del interventor/desarrollador en las localidades de estudio ha permitido la coparticipación en la cronotopía significativa, con lo cual se han identificado los símbolos de una CCRR que puedan desmitificar los símbolos de la industria cultural a través de PMU's.

Entendiendo que de la diferencia y diferencias se construye una identidad; cada quien en su dominio debe realizar su propio mito y utopía. Acto que puede llegar a ser la reescritura de la historia, con otros nombres, añadiduras,

así como exenciones. Esto con el fin de autentificar un credo o si se quiere, una simbología. Tejer una red fibrosa a modo de recipiente tipo guaje que contenga una comunicación cultural y reflejos coloridos de una sombra paisajístico-ambiental.

2.2.1 DEFRAGMENTACIÓN TRASCENDENTAL

Desintegrar, demoler, deconstruir y defragmentar valores y construir símbolos es un proceso de aprendizaje/instrucción bidireccional del individuo autoreferente al ser en sí, del ser en sí al individuo autoreferente. Este proceso es comparable a la noción cibernética de defragmentación.

“La defragmentación es la reorganización de un archivo en un disco o en una memoria para eliminar la fragmentación. Cuando un archivo se fragmenta, la cabeza de lectura/escritura tiene que vagar por toda la memoria con el fin de leer ese único archivo. Esto significa que lleva más tiempo el acceder a la información, a menos que el archivo estuviese defragmentado.”(Dictionary of computer and Internet words. 2001; p.70)

El proceso de defragmentación de esquemas mentales es normalmente inconsciente, pero hay que hacerlo consciente para hacerlo asequible en un proceso de aprendizaje/instrucción bidireccional. La desintegración de valores y la construcción simbólica es un proceso similar al de la defragmentación cibernética, ya que la memoria y

la racionalidad del individuo están fragmentadas por los valores identitarios de la industria cultural, donde es necesario eliminar esa fragmentación para poder acceder con facilidad a la información genética, ancestral, de tradición cultural que está guardada en la memoria trascendente del ser en sí individual para actualizar la cronotopía simbólica entre arquetipos del pasado histórico y los signos de adaptación del presente hacia un futuro identitario en una evolución incesante de estabilización.

El gasto energético de búsqueda en la memoria es exhaustivo y deja al individuo en los mismos valores culturales que lo han venido influenciando, por ello la desintegración consciente de los valores culturales es la deconstrucción de la posicionalidad del individuo, es decir que, la supresión de cualquier valor fragmentado y la construcción de formas simbólicas son una manera de habituar a la memoria del ser en sí a los procesos de defragmentación, a la limpieza de los esquemas mentales caducos y al ordenamiento territorial de pulsaciones neuronales obstruidas.

"Hay que recordar que, en términos de Morín, cada vez que hay una irrupción de la complejidad, precisamente bajo la forma de incertidumbre de aleatoriedad, se produce una

resistencia muy fuerte. Resistencia a deconstruir la propia posicionalidad.”(de Alba. 2007;p.157)

La fragmentación es inevitable, ocurre en costumbres, actitudes y/o rutinas a las cuales ya no se les presta atención y se encuentran a expensas de influencias exógenas por falta de una defragmentación habitual. La cronotopía se encuentra en cambio permanente, el ser en sí es transformable, el individuo puede evolucionar su trascendencia, la simbología regional de los elementos paisajístico-ambientales y culturales necesitan defragmentarse trascendentalmente. En fin, mientras el ser en sí individual se encuentre inmerso en una atención consciente podrá aplicar la defragmentación trascendental de valores éticos-sintéticos-estéticos e incitará a las asociaciones de confianza intersecuenciales a practicarla con asiduidad para realizar un PMU en óptimas condiciones de eficiencia y efectividad. En el proceso antes descrito se entiende que hay una bidireccionalidad de instrucción-aprendizaje desde lo endógeno a lo exógeno y viceversa.

Una de las herramientas prácticas para la defragmentación trascendental es el uso de los diversos medios de comunicación para realizar PMU's que posicionen las formas simbólicas que se desean difundir. Estos PMU's funcionarán

como una “memoria externa” de la tradición cultural, y desde estos documentos es posible iniciar la defragmentación de la realidad social. Explicar y sistematizar teorías por medio del arte estético y los recursos de los medios de comunicación, intentando desde el ser en sí individual encontrar significado autónomo y autoreferencial al hacer del arte comunicativo un medio de control simbólico. Arte del control para autorreferenciarse en la trascendencia pluricultural y multifuncionalidad de identidades simbólicas ultralocalistas en un nivel de realidad regional.

En la realización de un PMU se utiliza la técnica de defragmentación para mantener en dinamismo constante el MAE y la trascendencia del ser en sí individual. Una dinámica identitaria que se construye en la región simbólica donde se habita, desarrollando una cultura territorial comunicativa de la modernidad rural en asociaciones de confianza intersecuenciales; el arraigamiento cosmopolita de un proyecto simbólico/comunicativo con nuevos códigos culturales de pertenencia e identidades dinámicas.

El PMU se fundamenta en un MAE diseñado en exclusiva para el individuo autorreferente y su ser en sí, los cuales

mediante una instrucción-aprendizaje bidireccional sean capaces de realizar una defragmentación trascendental para crear asociaciones intersecuenciales que se rijan por el discurso de identidad base en una evolución incesante de estabilización. La defragmentación trascendental propicia la estabilidad e imaginación del ser en sí individual, estabilidad e imaginación para construir simbologías regionales y posicionar PMU's. Mantener la estabilidad de lo esencial del ser en sí e imaginar la defragmentación trascendental de la simbología individual procura la germinación evolutiva del ser en sí individual en un individuo autorreferente desarrollado.

"Esta unidad de lo Existente, lo que existe, y de lo que es en sí, es lo esencial de la evolución. Es un concepto especulativo, esta unidad de lo diferente, del germen y lo desarrollado; ambas cosas son dos y, sin embargo una. Es un concepto de la razón; por eso sólo todas las otras determinaciones son inteligibles. Pero el entendimiento abstracto no puede concebir esto; el entendimiento se queda en las diferencias, sólo puede comprender abstracciones, no lo concreto, ni el concepto."(Hegel. 1983; p.48)

Las formas comunicativo/simbólicas son el material que contextualizan a un PMU dentro de la cronotopía de las identidades culturales de una CCRR; por ello la trascendencia del ser en sí individual a sus orígenes precisa autodefinirse desde una defragmentación

trascendental e iniciar la realización de un PMU de acuerdo al MAE.

En el acto de interpretar al otro se defragmenta su identidad, y en ese mismo acto, el ser en sí individual se proyecta en esa defragmentación trascendental de significantes; expresión en fenómenos y formas que categorizados ponen en evidencia la identidad de una CCRR.

El modo operativo para defragmentar trascendentalmente identidades en una CCRR es hacer un simulacro de la realidad cibernética que la industria cultural corporativizada utiliza, produciendo formas comunicativo/simbólicas a la medida de las necesidades de quienes las crean, una sistematización comunicativa organizada de doble propósito en una instrucción-aprendizaje bidireccional: defragmentar valores culturales del ser en sí y construir formas simbólicas desde el individuo autorreferente para realizar PMU's.

Al realizar un PMU es importante considerar que el posicionamiento del mismo debe ir relacionado con el desarrollo comunitario y el intercambio comercial y cultural autorreferente, simulando íconos, escenificando

estereotipos y géneros heteroflexibles, modificando referentes simbólicos al defragmentar su identidad a través de mercancías cibernéticas, simbólicas, comunicativas y ultralocales.

Todos somos potenciales defragmentadores trascendentales de identidades, y aunque no lo desarrollemos siempre lo estamos recreando; construcciones simbólicas desde la perspectiva de la CCRR que se afirman en el ser en sí individual para proyectarse en individuos autoreferentes, verificando así su autenticidad. Es necesario defragmentar esta identidad para posicionar los referentes simbólicos en otra región cronotópica, en otro nivel de realidad desde otro estado de consciencia; para defragmentar identidades hay que abrir espacios y trabajar en asociaciones de confianza intersecuenciales.

Es necesario imaginar la ruptura sistémica de la industria cultural en aplicaciones estratégicas simbólico/comunicativas desde las asociaciones de confianza intersecuenciales; cada quien en su posición como un equipo de trabajo corporativo. Es imperante valorizar la solidaridad y desafiar la realidad objetiva con imaginaciones subjetivas del ser en sí individual

mediatizando emblemas comunicativo/simbólicos. Difusión, fomento y promoción de la intangibilidad simbólica, edificando patrimonios de regiones culturales cibernéticas ultralocalizadas entretejidas por una red de aplicaciones para el aprendizaje/instrucción bidireccional.

“Es esencial comprender los valores y las aspiraciones que motivaron a los hacedores del patrimonio cultural; sin los cuales un objeto queda desvinculado de su contexto y no se le puede atribuir su verdadero significado. Lo tangible sólo se puede interpretar mediante lo intangible.”(Nuestra Diversidad Creativa. 1996; p.34)

2.2.2 DISCURSO DE IDENTIDAD BASE

La autoreferencia individual a territorios reales o simbólicos donde se gestan relaciones no sólo interindividuales, sino en lo que es “común a todos” y que forma un “nosotros” -rituales, olores, ruidos, imágenes, construcciones arquitectónicas- se convierte en lo que el filósofo F.W. Nietzsche llamaba un “diario figurativo”, en donde se aprende lo que hay que decir, hacer, pensar, querer; que nos enseña “que aquí se podría vivir puesto que se vive.”(Nietzsche en Maffesoli. 2004; p.217) Este “diario figurativo” contiene muchos de los elementos del derecho consuetudinario de una CCRR para comenzar la defragmentación trascendental del individuo autorreferente

y dar inicio al desarrollo de un discurso de identidad base de una asociación de confianza intersecuencial.

El individuo autoreferente en la sistematización de un discurso de identidad base es un sujeto de muy diversa índole, que incluye a toda entidad que “cobre estado público, sea esta de naturaleza personal o impersonal, colectiva e individual, privada o pública.”(Chaves. 2007; p.19) La asociación de confianza intersecuencial considerada como una microinstitución necesita objetivizar su campo genérico de incidencia en un ámbito social, por ejemplo el paisajístico-ambiental y cultural que se plantea en la RAACAT.

Un aspecto que no debe menospreciarse en todo discurso de identidad base son las condiciones particulares en que los individuos autoreferentes de una asociación de confianza intersecuencial desempeñan sus labores, quienes deben adoptar una actitud estructural de oportunidad variable, es decir, flexibilidad logística de alto rendimiento.

“Es la propia institución y no arquetipos exteriores adoptados a priori la que aporta el esqueleto del discurso de identidad base. Los contenidos ideológicos básicos que constituirán la forma de autorepresentación consciente de la institución dan forma al discurso de identidad base. De ello se deriva el papel decisivo que adquieren los

criterios y recursos de análisis de las propuestas, expectativas, autolecturas, críticas y reformulaciones explícitas de la identidad dadas ya en el interior de la institución." (Ibidem; pp.144-145)

La identidad corporativa es una metodología que se compone de múltiples aplicaciones, que no necesariamente tienen que empezar en secuencia, ni ir cronológicamente, sino iniciar en el punto crucial del desarrollo de la identidad, ya sea para posicionar o reposicionar. Sólo por mencionar algunas de las aplicaciones más comunes se citan las siguientes: folletos promocionales, carteles, banderolas, empaques, bocetos, logotipos, monogramas, frases publicitarias, emblemas, fotografías, conceptos, melodías representativas, auditorías internas, investigación de mercados, tipografía, maquetación, uso del color, animaciones interactivas. Y lo más especializado como: contextualización, lenguaje, arquitectura y mantenimiento de marca.

El individuo autorreferente, el discurso de identidad base y las asociaciones de confianza intersecuenciales se siembran, fructifican y se pudren, entonces se reinicia un nuevo ciclo de transformación y adaptación en una CCRR. El presente continuo de la instrucción-aprendizaje bidireccional desde las tres posiciones de observación

cibernéticas, la defragmentación trascendental y la actualización cronotópica de símbolos de una CCRR.

"Para Hegel la comunidad es imposible, dado que es necesariamente incompleta, ya que sólo el filósofo tiene acceso al conocimiento verdadero en el sentido de poseer un entendimiento pleno del significado histórico de una época."(Delanty. 2003; p.35)

Es evidente que las discontinuidades conflictivas por relaciones de dominio intracomunitarias precisan de un medio normativo (discurso de identidad base), sin ello simplemente la comunidad se encuentra a expensas de rebeldías endógenas e influencias exógenas. Algunos valores paradigmáticos de este discurso de identidad base se encuentran en la doctrina Hegeliana del Sittlichkeit; la "vida ética" en comunidad bajo un componente cívico trascendental y simbólico normativo.(Ibidem; p.34)

Una manera de llegar a aminorar la contradicción que suscita el concepto de DRR, cuyos componentes esenciales son el desarrollo comunitario y el crecimiento económico, es que el individuo autoreferente mantenga presente la consciencia bidireccional de instrucción-aprendizaje en los valores comunicativos que establece para los PMU's, de acuerdo a esto, precisa fundamentarse en ciertas formas o estructuras educativas.

“Un programa de Educación Ambiental debe servir para adquirir conocimientos y destrezas que permitan desarrollar actitudes favorables al ambiente, las cuales conduzcan a la adquisición de valores ambientales. Este conocimiento debe basarse en problemas tanto del medio natural como del antrópico y solucionar dichos problemas mediante un compromiso para actuar” (García y Nando. 2000; p.55)

Hay mucho más que aprender en el tema de Educación Ambiental que lo que se pueda enseñar, es más bien comenzar por construir valores y símbolos de aprendizaje ambiental y cultural. La cultura no puede desligarse de lo ambiental, viven una de la otra a través de las asociaciones de confianza intersecuenciales y del ser en sí individual. Un compromiso de acción ética (discurso de identidad base) por parte del individuo autoreferente es imprescindible para hacer que la instrucción-aprendizaje bidireccional sea eficiente y eficaz mediante valores y símbolos en los PMU's. Ya la ciencia médica se lo planteó en la década de los 70's con la teoría Bioética del oncólogo Van Rensaller Potter surgida en los Estados Unidos de América, intentando funcionar como un fundamento moral y principio sistémico referencial de principios y valores para una ética ambientalista y ciencia de la supervivencia. (es.wikipedia.org)

“A diferencia de la Educación Ambiental, la Educación en Bioética trata de estructurar un sistema de valores acerca de la vida y la salud que permita la implementación de

procedimientos de decisión moralmente válidos ante situaciones en las que se pongan en juego estos valores. Por lo tanto, la Educación Bioética y Ambiental son interdependientes y complementarias; además imprescindibles en la formación de esa conciencia ambiental necesaria para el desarrollo de una sociedad económica y culturalmente sostenible.”(Acosta, S. 1999; pp.67-68)

Es el individuo autoreferente quien va a hacer la transformación en su naturaleza cultural del ser en sí y en la naturaleza de su entorno paisajístico-ambiental; ni la técnica, ni las finanzas lo harán. Es la actitud del ser en sí individual y que logrará una empatía cordial con los elementos paisajístico-ambientales, unificándolos a través de símbolos culturales, de sus valores históricos y georeferenciales vinculados a sus modos de sustento, al igual que a los recursos naturales.

Retomando los conceptos de observación en la cibernética de segundo orden durante la transición de distintos niveles de realidad y el discurso de identidad base de las asociaciones de confianza intersecuenciales, se cree pertinente para la construcción dinámica de un MAE y el posicionamiento de un PMU el articular elementos de la Educación Ambiental, la Bioética y la Agroecología.

“La Agroecología debe incorporar la perspectiva histórica y el conocimiento local, es decir, la manera en que cada grupo humano altera la estructura y dinámica de cada

ecosistema al introducir una nueva diversidad -la humana- que deja en su manejo el sello de su propia identidad cultural. Hay que detectar y potenciar estas formas de acción y animar los procesos de transformación.(Sevilla. 2006; p.211)

Se concibe a la educación como ese intercambio bidireccional de instrucción-aprendizaje donde los saberes codificados son interpretados para simbolizarlos de acuerdo a una temporalidad empírica y espacialidad georeferencial, identificando niveles de realidad y observando la dinámica del ser en ellos hasta generar un modelo utópico-ideal-mítico de una comunidad en su dimensionalidad elegida desde la perspectiva individual de un actor social regional y/o ultralocal; de lo micro a lo macro, de lo particular a lo general, del germen al fruto, del ser individual a la comunidad de asociaciones de confianza intersecuenciales.

"Este aprehender el mundo se da a través de conceptos y categorías de pensamiento con los cuales codificamos y significamos la realidad; por medio de formaciones y articulaciones discursivas que constituyen estrategias de poder para la apropiación del mundo. Todo aprendizaje es aprehensión y transformación del conocimiento a partir del saber que constituye el ser. Todo aprendizaje es una reapropiación subjetiva del conocimiento."(Leff. 2003. p.47)

2.2.3 ASOCIACIÓN DE CONFIANZA INTERSECUENCIAL

El individuo autoreferente es aquel actor social que puede transformarse a sí mismo en un ser trascendental que

utilice la noción cibernética de autorreferencia y el interaccionismo simbólico de la psicología colectiva para introducirse en el ejercicio de una atención consciente acerca de su acontecer cronotópico y actualizar una simbología regional para realizar un PMU. Al hacer el individuo un arte del control de dichas dimensiones, es posible que una asociación de confianza intersecuencial sea provechosa bajo un discurso de identidad base responsable, disciplinado y subjetivamente ético para colectivizar participaciones comunitarias eficaces y eficientes en equipos de trabajo corporativos. Construir del ser en sí individual hacia la comunidad en asociaciones de confianza intersecuenciales.

“El núcleo de nuestro ser en sí es el acto de percepción, y la magia de nuestro ser en sí es el acto de atención consciente. Percepción y atención consciente son una sola, funcional e inextricable unidad.”(Castaneda. 2001; p.172)

Una asociación de confianza intersecuencial que pretenda constituir su discurso de identidad base debe haber experimentado la trascendencia del ser en sí en sus miembros individuales (al menos en el líder), una forma autorreferencial que los estabiliza en un estado de atención consciente, el cual los posiciona en su cronotopía del presente continuo. Las teorías de la individuación y el

personalismo tienen cierta relación con el planteamiento de la trascendencia del ser en sí individual que utiliza medios de comunicación y hace de su cronotopía un estado de atención consciente.

U. Beck, Z. Bauman, A. Giddens y P. Lichterman son algunos de los autores que abordan las teorías de la individuación y el personalismo desde una perspectiva de comunidades comunicativas a través de nuevas formas de política, normas, reglas, estatutos ético-morales, reformulaciones del derecho consuetudinario y productos mediáticos de formas simbólicas.

“Vamos más allá de la idea de comunidad simbólica. Las comunidades comunicativas no están formadas sólo por relaciones entre internos y externos, sino por la expansión de la comunidad de referencia y la creación de discursos de significado. De modo que, en lugar de sustentarse en las fronteras simbólicas y una comunidad de referencia estable, las comunidades comunicativas son horizontes abiertos.”(Delanty. 2003; pp.161-162)

Actos simbólicos individuales acordes al discurso de identidad base son las fuerzas significantes que le dan sentido a un sistema de acción comunitario subdividido en microgrupos logísticamente diferenciados. “Es en este sentido constructivista más firme donde afirmo que la

comunidad es <<comunicativa de nuevos códigos culturales de pertenencia>>."(Ibidem. p.233)

Estos nuevos códigos culturales de pertenencia los va a formular el individuo en su ser en sí trascendental; él a través de su responsabilidad, disciplina y autorreferencia podrá comunicar en una atención consciente la expresión de un PMU, es decir, los valores éticos-sintéticos-estéticos del discurso de identidad base para dinamizar el MAE.

Los valores identitarios del discurso base de un PMU son formas comunicativas que en esencia llevan un enfoque de valores éticos-sintéticos-estéticos de los elementos paisajístico-ambientales y culturales. Es la cronotopía ultralocal y regional a través de la constante recapitulación de valores del ser en sí individual y sus asociaciones paisajístico-ambientales y culturales, generándose así un automatismo espontáneo de instrucción-aprendizaje bidireccional. Se puede decir que estos valores identitarios se deben de tomar en cuenta como el discurso preexistente de una identidad corporativa, y con el cual es posible desarrollar el discurso de identidad base, donde se expresen los principios rectores del ser en sí individual y de la asociación de confianza intersecuencial.

"Ningún proceso identificatorio parte de cero, ex-nihilo, sino de discursos preexistentes; constituyéndose en paradigma de referencia tanto para la autodefinición como para la lectura social de dicha institución. Es decir, que la identidad corporativa se produce en el entrecruzamiento de dos procesos -la clasificación y la individualización- y ambos reclaman la contextualización del discurso identificatorio. Una adecuada clasificación de la institución exige la detección de atributos que permitan reconocerla como integrante de un tipo y no de otros. Una adecuada individualización de la institución reclamará la detección clara de los atributos más particulares que permitan distinguirla de instituciones similares."(Chaves. 2007; pp.146-147)

El desarrollo comunitario es ir haciendo método para facilitar la aplicación de técnicas y costumbres ultralocalistas que solucionen las verdaderas necesidades de la realidad simbólica/comunicativa del ser en sí individual en asociaciones de confianza intersecuenciales. Modificando así de alguna forma con los procesos de intervención planeada desde la perspectiva de la industria cultural, del gobierno federal y/o de intereses corporativos, ya que las mediciones cuantitativas y cualitativas de la sociología de intervención para implementar programas de apoyo gubernamentales generalizan recursos en el ámbito rural regional para un crecimiento económico disfrazado de estadísticas porcentuales y no de resultados efectivos a través de un intercambio comercial y cultural autorreferente, el cual conlleve a una simple

estabilización económica sin la ambición del crecimiento económico.

La noción institucionalista de crecimiento económico es una identidad corporativa creada desde el gobierno federal que durante décadas ha simulado el DRR, ya que el interventor/desarrollador o el promotor de sistemas de producción parten de un enfoque institucionalista federal para sugerir el diseño de programas de apoyo, lo cual es una interpretación bastante sesgada sobre el nivel de realidad en que los individuos sociales de una CCRR experimentan el crecimiento económico, porque la cronotopía de la federación no es la misma que la cronotopía de una región, de una microregión, de una comunidad, de una asociación de confianza intersecuencial ultralocalizada.

La interacción simbólica/comunicativa del ser en sí de diversos individuos se expresa en asociaciones de confianza intersecuenciales de individuos propositivos y poseedores de una actitud autorreferencial en vísperas de construir una realidad social; y para llegar a ello precisan de la desintegración de sus valores culturales y la construcción de formas simbólicas/comunicativas, es decir, la defragmentación de la realidad social subjetiva y objetiva.

"Este tipo de incursiones críticas implican no sólo dotar a los sujetos de instrumentos intelectuales para decodificar, para deconstruir, para hacer lecturas de la realidad, sino para que se incorporen a la construcción social de los parámetros desde los cuales se harán las lecturas de la realidad; para escribir sus propias interpretaciones en un distinto crisol de significación, para ser sujetos, inscritos ellos mismos en sus propias superficies de inscripción." (de Alba. 2007; pp.84-85)

2.2.4 SIMBOLOGÍA REGIONAL

Un signo es una expresión comunicativa, "es una cosa que representa a otra ante alguien en algunos de sus aspectos." (Zeman en Crow. 2008; p.24) La experiencia cultural es determinante en este escenario porque hay alguien que interpreta y le da un valor al signo de acuerdo a dicha experiencia cultural. Bajo la lupa del lingüista Ferdinand de Saussure, el valor es lo que determina el significado de un signo. El significante es el medio por el que se expresa el significado; significado y significante forman un signo. Regresando al valor, ¿desde dónde se genera? Según de Saussure y el filósofo Charles S. Peirce, proviene de acuerdos culturales entre individuos y sociedad sobre lo que algo representa y cómo se interpreta. En una región georeferencial pueden ser los usos y costumbres, la tradición oral y/o los efectos del derecho consuetudinario. Lo delicado del asunto aquí es la relación entre el signo y los otros signos que lo rodean, ya que las asociaciones intersecuenciales de signos ponen en evidencia el valor

independiente de cada signo; sólo por esas asociaciones intersecuenciales el valor es lo que es.

“El valor se compone siempre de dos elementos: 1.un elemento disímil que puede cambiarse 2.un elemento similar que puede compararse.”(Crow. 2008; p.41)

Continuando con esta idea de asociaciones intersecuenciales de signos, si la transportamos a la realidad de los individuos sociales, en el caso de los individuos autoreferentes que buscan establecer una simbología regional para posicionarla; no basta la mera participación, hay que superar ese concepto y adoptar una ideología de afinidades culturales asociativas en equipos de trabajo de corte corporativo. Se reduce esto, a una cierta habilidad para conectar intercambios e inversiones sociales en asociaciones de confianza intersecuenciales.

Peirce definió tres categorías de signos: 1.ícono: signos muy parecidos o similares a lo que representan. 2.índice: signos con una relación directa con la realidad física del lugar de emplazamiento. 3.símbolo: signos que carecen de conexión lógica entre el signo y su significado, su relación es arbitraria, funcionan según normas acordadas.(Ibidem; p.33)

"La dualidad desliga al símbolo del concepto, hasta tal punto que cualquiera de los dos puede ser cambiado sin que ello afecte al otro."(Chaffe en Crow. 2008; p.19)

Lo meramente sígnico lleva una fuerte tendencia a la simplificación y reducción de los valores inherentes a la asociación intersecuencial. En un símbolo, la asociación intersecuencial es improcedente porque media entre lo conscientemente comprensible y lo inconsciente, entre lo visible y lo invisible, entre vivencias mundanas y cualidades místicas. "Lo simbólico de una representación es un valor no expreso."(Frutiger. 2005; p.177) Un símbolo nos incita a la meditación, a elucubrar acerca de su originalidad o no, a comparar y diferenciar; la profundidad de un símbolo está en esa ausencia y en esa totalidad de valores, en lo indefinible de sus causas y efectos, pero que sin importar su naturaleza es aceptado racional y afectivamente por los individuos sociales que lo procuran en su cotidianidad. Si acaso existe alguna asociación intersecuencial no lo es dentro de los elementos del símbolo, sino en quienes lo interpretan y en quienes le dan significado, sus significantes (individuos autoreferentes). Por ello, un significante es aquello que le da significado a algo, y un símbolo es un significante envuelto de mitología, utopía, virtualidad, magia, religiosidad, ideología, esperanza, sueños, fe, deseos, irracionalidad y

todo eso que es intangible, sin sentido común y contraintuitivo pero sin lo cual nuestros referentes culturales se harían añicos.

"De pronto salimos del sueño,
sólo venimos a soñar,
no es cierto, no es cierto,
que venimos a vivir sobre la tierra.
Tochihuitzin Coyolchiuhqui"(León-Portilla. 1994; p.171)

Los símbolos de los individuos sociales en una región georeferencial son soportes o vehículos cognoscitivos entre distintos planos de realidad.

"La simbología toma en cuenta la identidad de los símbolos aparecidos en distintos tiempos y lugares, tratando de comprender y vivenciar, o encarar el concepto, o la idea que ellos representan y de la cual son emisarios."(González. 2003; p.22)

El PMU precisa alcanzar un nivel de realidad con ideología virtual, es decir, la otredad que controla la metodología de posicionamiento de la identidad corporativa; esa otredad solo es manejable a través de la elección de ciertos símbolos identitarios que brindan significado cronotópico a los individuos sociales y a los otros; esos otros actores sociales (público objetivo) que en otra cronotopía recibirán la simbología regional para interpretarla, y adoptarla o no.

Si el ser en sí individual fuese un microcosmos del universo y que a su vez el universo fuera un macrocosmos del ser en sí individual, tal y como nos expone el libro más editado en el planeta: "Creó, pues, Dios al hombre a imagen suya: a imagen de Dios le creo; creólos varón y hembra."(Sagrada Biblia. I.27. 1958; p.2) ¿Sería posible que los símbolos provengan del macrocosmos y se manifiesten en el microcosmos? ¿Sería posible que los símbolos se generen desde el microcosmos y se expandan en el macrocosmos? ¿Sería universal y de hombres y mujeres decir que los símbolos son una fusión de inmanentes macrocósmicos y microcosmos trascendentales? En realidad, al hablar de símbolos estamos contextualizando la comunicación histórica de la sociedad humana, y eso significa referirse a la cosmogonía del ser en sí individual en su totalidad comprendida por la sencillez y la complejidad de aquello que tiene valor simbólico.

"De hecho toda la simbología se basa en la creencia de que un plan conocido es la expresión de otro desconocido y en las correspondencias que existen entre ellos, lo que fundamenta las leyes de la analogía. Simultaneidad, visión de correspondencia y unidad complementaria son algunos mecanismos de asociación de la analogía. Y es mediante las analogías, que vinculan a los símbolos, los mitos y los ritos con su origen increado, que el ser humano podrá jugar su papel y cumplir su destino en relación con las leyes y las estructuras del modelo cosmogónico."(González. 2003; pp.34,246)

Una simbología puede entonces ser un modelo hipotético de correlaciones comunicativas del ser en sí individual al universo y del universo al ser en sí individual. Esto es una proposición simbólica, que puede enclavarse sin el menor atisbo de extrañeza en un nivel de realidad de comunicación mediático sostenido por apreciaciones de una CCRR para realizar un PMU que logre convocar al DRR en la RAACAT.

2.2.5 R.A.A.C.A.T. E INSTRUCCIÓN-APRENDIZAJE BIDIRECCIONAL

A partir del hecho cosmogónico universalista de que el ser en sí individual se comunica mediante símbolos; durante el posicionamiento de un PMU se ha de enfatizar en fomentar los valores intrínsecos de un símbolo cultural mediático ultralocalizado, este símbolo mediático ultralocalizado es la marca identitaria de los PMU's realizados en este trabajo de investigación: RAACAT. El ambiente paisajístico y de recursos naturales así como los valores culturales en diversos poblados de esta región son la base de su cosmogonía social, por consiguiente la instrucción-aprendizaje para la recreación y mantenimiento de los mismos es un proceso bidireccional entre quienes visitan la región y quienes la habitan.

El vínculo que unifica y fortalece cualquier clase de desarrollo es el aprendizaje y la instrucción, en una palabra: educación. Educación en sus infinitas formas de impartirla y recibirla, educación en el más amplio sentido de común comprensión, que quien instruye es a la vez aprendiz porque aprende realizando la instrucción, y el aprendiz enseña a quien instruye mediante su interpretación de la instrucción. Una educación solidaria efectiva, donde se trabaja para todos, reconociendo la individualidad del ser en sí en cada uno de los asociados.

Cada región necesita de soluciones a la medida de acuerdo a sus elementos geográficos, brindando especial énfasis a la reconstrucción de la naturaleza y a los valores histórico-culturales. Este es un enfoque utilizado en la materia de Renovación Rural de la Universidad de Wageningen a través del concepto: red ecológica.

"La fragmentación de la naturaleza en sistemas rurales ha creado islotes de naturaleza. La red ecológica es una reacción ante la fragmentación y el aislamiento de estos islotes de naturaleza, figura como una conectividad de elementos dentro de la arquitectura paisajística que son funcionales para la dispersión de especies endémicas y cultivos regionales."(van Lier. 1998; p.87)

La conectividad, indicadores de especies, piedras angulares regionales, islotes nucleares de naturaleza, todos son

áreas de conexión que atender en la red ecológica. El posicionamiento de un PMU con un enfoque de identidad corporativa y bajo un esquema de jerarquización empresarial se fortalece mediante las asociaciones de confianza intersecuenciales entre los individuos autoreferentes. Estas asociaciones simbólicas pueden convertirse en puntos nodales de una red ecológica regional para la bidireccionalidad educativa en la RAACAT.

Los islotes de naturaleza nucleares de la RAACAT serían la laguna Xalapango, el cerro Tepetzinco y parque Los Ahuehuetes en el ejido de Atenco; huertas, cultivos florales y los manantiales del bosque en la zona media de la Sierra Nevada de Texcoco. Estos islotes nucleares de naturaleza tienen valores ecológicos significativos a nivel regional y nacional, pero un aspecto de mayor significado es el gran valor simbólico que representa para los individuos sociales de esta región el desarrollar y/o conservar estas áreas georeferenciales.

Ahora bien, en cuanto a indicadores de especies, en Texcoco hay una fuerte productividad de flores y músicos, ambos especies vivientes y que se cultivan y cosechan de generación en generación. En Atenco las aves migratorias y

los ejidatarios son ambas especies que interactúan desde hace muchos años una al lado de la otra.

"Para que sea sustentable, el desarrollo tiene que transitar del actual antropocentrismo al biopluralismo, otorgando a las demás especies el mismo derecho ontológico a la vida." (Guimaraes. 2000; 16)

Las piedras angulares regionales son: en Atenco el ejido y en Texcoco el monte, se interpreta así por todas las implicaciones simbólicas de la RAACAT que los individuos sociales proyectan en sus celebraciones tradicionales y vida cotidiana.

El Plan Municipal de Desarrollo de Texcoco 2006-2009 tiene como misión en su Programa de Desarrollo Turístico, Cultural y Ecoturístico el: "Establecer corredores ecoturísticos y culturales que ofrezcan servicios recreativos, ambientales, culturales, educativos y gastronómicos..." (PMDTxc. 2006-2009; p.161)

Y considera en su Programa de Ecología Urbana y Educación Ambiental, dentro de dos de sus objetivos particulares el:

"Convenir con las instituciones de educación superior, organizaciones ciudadanas y sociedades civiles, la creación de un Centro de Educación Ambiental, que permita crear y consolidar actitudes y valores sobre el cuidado del medio

ambiente y de los recursos naturales regionales. Además de incrementar áreas verdes y recreativas en el espacio urbano y en las diferentes zonas del municipio." (Ibidem; p.170)

No podemos pasar por alto la importancia que el PMDTxc. 2006-2009 le brinda a la denominada región Atenco-Texcoco dentro del capítulo 2 "Los desafíos para un Texcoco moderno, cultural y ambientalista"; en específico lo referente al perfil ambiental y cultural que en conjunto comparten los 7 municipios que conforman la región Atenco- Texcoco: Chiautla, Chiconcuac, Papalotla, Tepetlaoxtoc, Tezoyuca, Atenco y Texcoco.(Ibid. p.130)

De modo que una región simbólica puede crear una red comunicativo/simbólica, es decir, la unión, la cohesión y la articulación (conectividad) entre posiciones georeferenciales (piedras angulares e islotes nucleares de naturaleza) van tejiendo una red simbólica desde la dimensión virtual hasta el establecimiento contextual. Un sistema autónomo y autorreferente que le otorga estructura y energía a la red comunicativo/simbólica que entreteje a la RAACAT. Se visualiza así un conglomerado de tradiciones ambientales, emocionales y culturales desde donde las asociaciones de confianza intersecuenciales construyen un MAE para posicionar un PMU en la RAACAT y difundir sus bienes y servicios. Posicionamiento que los lleve al DRR

consolidando un territorio para el aprendizaje-instrucción bidireccional y el intercambio comercial y cultural autoreferente.

La conectividad de la RAACAT puede observarse en la práctica al crear corredores ecológicos para fomentar una buena migración de especies; no obstante para el posicionamiento de un PMU, la conectividad debe enfocarse en la dimensión social: asociaciones de confianza intersecuenciales formadas por individuos autoreferentes.

"No se trata simplemente de garantizar el acceso vía mercado a la educación, a la vivienda, a la salud, o a un ambiente libre de contaminación, sino de satisfacción de las necesidades sociales de acumulación de conocimiento a través de la solidaridad colectiva. Recuperar dotaciones de capital social latentes y promover su consolidación."(Guimaraes. 2000; p.22)

El individuo autoreferente es una figura simbólica con cualidades de alternancia, reversibilidad y flexibilidad; el cual se atañe a los valores éticos-sintéticos-estéticos (discurso de identidad base) de las asociaciones de confianza intersecuenciales que sean autoreferentes en sus actitudes ante distintos niveles de realidad y hacia la autonomía de diversos estados de consciencia.

El actor social de una región rural que se transforma en un individuo autoreferente, esta modificando desde su nivel de realidad simbólico la concepción del crecimiento económico a través de la fragmentación de los precios de valor comercial y la defragmentación trascendental del concepto de intercambio (trueque) comercial autoreferente.

2.2.6 INTERCAMBIO (TRUEQUE) COMERCIAL Y CULTURAL

AUTOREFERENTE

El MAE para el PMU considera a cada estrategia de difusión como un detonador del consumo de la producción regional y también la posibilidad de intercambiar bienes y servicios a modo de trueque entre los individuos sociales de la CCRR, un intercambio comercial y cultural autorreferente ultralocalista a nivel regional.

Fragmentar propositivamente en los mensajes de los PMU's el concepto de los precios de valor comercial y defragmentar trascendentalmente el antiguo concepto del trueque comercial intrarregional para convocar a individuos autoreferentes y asociaciones de confianza intersecuenciales a intercambiar bienes y servicios absteniéndose del valor de precios comerciales.

Convocar al trueque de bienes y servicios intrarregionales es el posicionamiento simbólico de una cultura mediática ultralocalizada en un plano georeferencial de formas de confianza y asociaciones intersecuenciales en la RAACAT. De tal manera se logra vincular a diversas localidades en un intercambio comercial autoreferencial donde el desarrollo comunitario y la estabilización económica sean procesos simultáneos para integrar el DRR.

El crecimiento económico desde el punto de vista capitalista es un proceso que lentamente debe irse transformando, ya que es uno de los símbolos identitarios que la industria cultural difunde con mayor énfasis en sus productos mediáticos: el consumo. Consumir los productos mediáticos de la industria cultural procura el crecimiento económico de la gerencia de la industria cultural, por ello el construir un MAE para un PMU es una manera de exaltar al intercambio comercial autorreferente de una región simbólica como la RAACAT donde la economía no busque un crecimiento sino simple y llanamente una estabilización económica en el acto de trocar bienes y servicios intraregionales.

2.3 P.M.U.

Un PMU es cualquier entidad (individuo social, objetos, seres orgánicos e inorgánicos) que pueda ser posicionada a través de medios de comunicación diversos en un mercado de bienes y servicios a nivel regional, es cualquier producto susceptible de ser mercantilizado. Los símbolos identitarios de cada PMU precisan ser ultralocalizados, es decir, una simbología seleccionada a partir de una CCRR por individuos autoreferentes que han construido un MAE para el posicionamiento de un PMU.

El MAE de un PMU es un modelo inacabado, siempre estará en construcción, alimentándose de añadiduras, cancelaciones y toda clase de ajustes según la cronotopía que experimente la simbología del individuo autoreferente, es decir, el MAE de un PMU es una entidad de interacción subjetiva cuyas cualidades principales son: dinamismo y autoreferencialidad.

El individuo autoreferente necesita adoptar las aplicaciones estratégicas de la mercantilización industrial y producir valores ultralocalizados tradicionales y no tradicionales; defragmentando trascendentalmente y

construyendo nuevas utopías y mitos, idealizando otros niveles de realidad en un PMU.

"Todo lo que tiene la mayoría de la gente son las mercancías comerciales. El mercado es la fuente de una revolución permanente y contradictoria en la cultura cotidiana que barre viejos límites y dependencias. La búsqueda incesante que tiene lugar en el mercado para encontrar y producir nuevos apetitos aumenta, al por mayor, la moneda popular de la aspiración simbólica"(Willis en Ariño. 2000. p.198)

El punto es reinterpretar la interpretación de la gerencia de la industria cultural; simular desde la CCRR los procesos productivos de la industria cultural pero en un nivel de realidad subjetivo, simbólico, ideal, mítico y utópico. Quizá a través de este montaje comunicativo de hiperrealidades sea posible incursionar con actitudes de transformación en asociaciones de confianza intersecuenciales, las cuales amplíen el espectro dimensional de la observación autónoma de la unidad social en ultralocalidades que buscan la autoreferencia de un DRR. Reinterpretar la interpretación de los productos mediáticos realizados por la industria cultural funciona para diferenciar entre la simbología de una CCRR y las identidades creadas para fragmentar culturas tradicionales y propiciar su consumo. Este proceso de interpretación simultáneo invita al individuo autorreferente a clarificar

y actualizar la simbología de su CCRR y a crear un PMU antagónico al producto mediático industrial, posicionamiento mercantil que además de ser competitivo en el rubro de la sistematización comunicativa, también convoca a generar un intercambio comercial y cultural autoreferente.

Un ejemplo de reinterpretar la interpretación de realidades comunicativas puede observarse en los estudios de Michael Wesch, profesor de la materia de Etnografía Digital en el departamento de Antropología Cultural de la Universidad Estatal de Kansas, EUA, quien hizo un trabajo documental sobre la visión antropológica de un portal de internet creado en 2005; cuatro años después este portal es uno de los diez más visitados de la World Wide Web (WWW), su nombre es: *You Tube*. Literalmente quiere decir: "tú lo entubas o entúbalo tú mismo", que es apropiado si pensamos en la WWW como una red de redes estructurada en tubos virtuales que envían datos cibernéticos.

Algunas de las impresiones y reflexiones de Wesch acerca de ese estudio son paradigmas de un PMU. La utilización de un medio de comunicación masivo abierto al público y el estado de conciencia de los usuarios que realizan producciones en

ese medio representan valores éticos-sintéticos-estéticos propios del discurso de identidad base del MAE de un PMU.

"Todos somos productores, produciéndonos a nosotros mismos, retomando identidad, editando secuencias de nuestras propias historias, jugando con identidades... ¿quién es tu ser real?"(Wesch. 2009)

La red de comunicaciones de redes cibernética es una cronotopía donde se expresa la simbología del individuo autoreferente, una cronotopía simbólica que realiza PMU's.

"Los medios de comunicación no son contenido, no son sólo herramientas de comunicación; son productos mediáticos que intermedian las relaciones humanas. Cuando el uso de los productos mediáticos cambien, las relaciones humanas cambiarán. Hay que repensar: derechos de autor, ética, identidad, estética, privacidad, retórica, gobernancia, comercio, amor, familia y a nosotros mismos."(Ibidem.)

Es muy fácil caer en el fetichismo y/o totemismo al crear formas simbólicas para PMU's. El ser en sí individual debe trascender hacia una cualidad dinámica, impermanente y transformadora: el individuo autoreferente. Construir un MAE y posicionar un PMU es una responsabilidad, hay que darle mantenimiento, capacitar a sus usuarios constantemente (instrucción-aprendizaje bidireccional) y aplicar la defragmentación trascendental de acuerdo a los niveles de realidad y estados de consciencia que involucran

a cada PMU. El signo de los tiempos es el símbolo de adaptación.

Se está hablando de acciones concretas en el plano subjetivo que puedan asimilarse objetivamente. Logística direccional y planeación estratégica para la defragmentación trascendental de valores culturales y la construcción simbólica. Un proceso bidireccional de instrucción-aprendizaje del MAE para un PMU.

Los procesos sociales al ser cualitativamente invisibles son defragmentables, ya que lo que es cultura, es reconstruible en pluriidentidades regionales multihistóricas para aplicarlas en un proceso mercantil comunicativo cibernético: PMU. Defragmentar para resistematizar el eterno ciclo trascendental del retorno original a la destrucción creativa en construcción.

CAPÍTULO III: ANALOGÍAS GEOREFERENCIALES DE LA R.A.A.C.A.T.: SAN SALVADOR ATENCO Y SANTA CATARINA DEL MONTE

3.1 ENTIDAD EJIDAL: BALNEARIO Y PARQUE

La RAACAT es una región híbrida que se compone de un desarrollo transitorio entre lo urbano y lo rural, así como de una variable de multifuncionalidad en los sistemas productivos de los individuos sociales. En el municipio de Atenco y particularmente en la cabecera municipal San Salvador Atenco existe una particularidad, que durante los últimos diez años ha experimentado una gran actividad de movilización social y de propaganda mediática, lo cual ha fragmentado a la población en diversos bandos que se apoyan o se obstaculizan. Es decir que los sistemas productivos de los individuos sociales se han diversificado de acuerdo al momento histórico e intensidad de sus vivencias.

Los ejidatarios del municipio de Atenco tienen una fuente productiva no sólo dentro del ejido con sus cultivos criollos, sino en el parque ejidal y balneario que administra el Comisariado Ejidal (CE) y el Consejo de Vigilancia (CV); de tomarse al balneario y al parque ejidal como un territorio que precisa de la misma atención que un

cultivo agrícola, sería posible cosechar diversos frutos económicos en temporadas periódicas del año y de forma simultánea difundir los servicios y productos de una región de aprendizaje ambiental y cultural en Atenco, acciones que pueden ayudar al desarrollo constructivo de una simbología regional y con ello a la realización de diversos PMU's.

El desarrollo de los movimientos sociales trae consigo una gran diversidad de PMU's que giran en torno a ideal del movimiento organizado, a la socialización de intereses comunes, al arraigo de la leyenda mitológica y a la colectividad de utopías. Un PMU paradigmático del Frente de Pueblos en Defensa de la Tierra (FPDT) fue el lema: "La tierra no se vende, se defiende." Acompañado de este lema están los símbolos del machete, el sombrero y el paliacate rojo, símbolos que mediatizados desde la perspectiva de individuos autoreferentes han creado PMU's que difunden las causas ideológicas del FPDT, ya sea en camisetas o en la organización de conciertos de protesta social.

Es de considerarse que el CE y el CV 2007-2010 es una planilla conformada en su mayoría por activistas del FPDT. Aunque el CE y el CV ya no participan de lleno en los procesos del FPDT aún se conservan fuertes vínculos de

relaciones sociales, sin embargo los integrantes del CE perciben el decrecimiento de la solidaridad social para mantener vivo el legado histórico de: "La tierra no se vende, se defiende", ya que los intereses individuales de sustento, apariencia y comodidad se sobreponen a la comunión de valores georeferenciales, paisajístico-ambientales y culturales. De acuerdo a los planteamientos del sociólogo Francesco Alberoni, Atenco se encuentra ahora en un estado de retorno a la vida cotidiana, de fin del movimiento.

"Se presenta siempre como la reaparición del utilitarismo y del pragmatismo, es decir como deseo de abordar, no lo imaginario, lo posible, sino lo existente y lo comprobable. En esta fase, se interpretan utilitaristamente incluso aquellas acciones que, bajo todos los aspectos, se inspiraban en un sentido solidario y altruista." (Alberoni. 1984; p.362)

Atenco es uno de los 59 municipios que se localizan dentro de la principal concentración demográfica del país, la región Valle Cuautitlán-Texcoco en el Estado de México. El espacio regional que Atenco ocupa en la zona metropolitana de la Ciudad de México simboliza en la actualidad un punto georeferencial vasto en elementos paisajístico-ambientales y faunístico-naturales.

Hace cincuenta años todavía se practicaban algunas actividades lacustres en el oriente de la cuenca del valle de México, específicamente en el municipio de Atenco se obtenía ahuate y ajolotes de enormes charcas que se generaban en el agostadero de la gran área ejidal del municipio, y por supuesto lo que ha existido desde tiempos prehispánicos: la caza y pesca, actividad que en la actualidad necesita ser regulada de manera estricta. Hoy, en el municipio de Atenco sus pobladores recuerdan estas actividades como cuentos nostálgicos de los abuelos, pero también hoy ha nacido la inquietud por renovar, recuperar y conservar la vegetación y fauna endémicas de esta región.

“Las lagunas y pantanos del lago de Texcoco proporcionaban grandes cantidades de productos y materias primas aún a principios del s.XX. Algunos documentos indican que las cosechas anuales de larvas de insectos alcanzaron miles de toneladas métricas durante el s.XIX, también se señala la presencia de pescadores indígenas profesionales en los pueblos ribereños durante el s.XVII.” (Parsons y Morett. 2004; p.40)

Un caso excepcional del municipio de Atenco es un área que puede decirse es forestal, ésta es el parque ejidal “Los Ahuehuetes”(ver Anexo, imagen 0 y 1). El Ahuehuate atenquense fue el símbolo del parque ejidal hace 40 años, hoy en día el parque ejidal es un sitio idóneo para reposicionar esta identidad simbólica y sembrar Ahuehuetes

así como complementar esta tarea con el posicionamiento de una identidad ecológica, es decir, que sea un área dedicada a espacios donde se den exposiciones históricas de la RAACAT, así como “estaciones-muestra” de la fauna y vegetación nativas de lo que fue un territorio lacustre en el que sus habitantes durante muchos años se beneficiaron de las bondades faunístico-naturales del mismo.

El proyecto de posicionamiento de una identidad ecológica para el parque ejidal Los Ahuehuetes necesitaba segmentar el mercado para ubicar un público objetivo, ya que había que buscar una forma alternativa de ingresos al parque ejidal en periodos de baja afluencia de visitantes, para ello se realizó una encuesta de procedencia de visitantes al parque ejidal durante las semanas santas del 2008 y 2009, periodo vacacional cuando la mayor afluencia de visitantes ocurre gracias al excelente balneario con el que cuentan.

Los municipios de Ecatepec y Texcoco arrojaron el porcentaje más alto de visitantes al parque ejidal. Revisando los datos en encuestas se encontró que aparecen con mucha frecuencia algunas colonias de Ecatepec: Guadalupe Victoria, Jardines de Morelos y San Cristóbal,

esto último precisa con mayor exactitud las personas que recurren a los servicios (público objetivo) del balneario y parque ejidal Los Ahuehuetes, dato de suma importancia para llevar a buen termino el posicionamiento de los servicios del parque ejidal a través de PMU's diversos. En el caso de Texcoco una población constante es Tocuila; para el municipio de Atenco, aparecen todos los poblados que rodean a la cabecera municipal. En el DF las delegaciones Venustiano Carranza, Gustavo A. Madero, e Iztapalapa, así como la colonia Aragón son asiduos a acudir cada año.

Tras definir el público objetivo a quienes conviene difundir los servicios del balneario y parque ecológico Los Ahuehuetes, una estrategia promocional es acudir a las colonias de los municipios con mayor afluencia de visitantes al parque ejidal y repartir folletos en distintos puntos de congregación social: fiestas patronales, mercados de plaza, supermercados, funciones de cine dominical y ferias temáticas. Incluso en base al diseño del folleto puede elaborarse un cartel promocional para colocarse en casas de cultura y presidencias municipales, al igual que en escuelas primarias.

El primer PMU que se elaboró para el CE de Atenco fue el folleto promocional para el Balneario y Parque Ecológico Los Ahuehuetes, en el cual (además de todos los elementos de identidad corporativa) se invitaba a grupos escolares ofreciéndoles un paquete que incluía recorrido de aprendizaje ambiental y cultural de lo que fue la región lacustre en Atenco, una comida de gastronomía típica y el acceso a las albercas. Varios elementos y factores son necesarios aplicar en la ejecución de esta estrategia como lo es acondicionar un inmueble del parque ejidal, el cual funcione como centro de recepción a los grupos escolares, para exposiciones, proyección de documentales y museo de sitio. Los encargados de este lugar deben estar capacitados con un claro enfoque de atención al cliente del tipo turístico pero al mismo tiempo con una tendencia de educación lúdica en la práctica, es decir, instrucción-aprendizaje bidireccional.

El parque ejidal Los Ahuehuetes puede llegar a ser un sitio representativo de la sustentabilidad moderna identificada con las tres E's: Economía, Ecología y Equidad (PMDTxc. 2006-2009; p.149). Un parque ecológico regional que se diseñe en base a diversos espacios de aprendizaje ambiental y cultural.

Los ejidatarios del ejido de Atenco tienen una fuente productiva potencial no sólo dentro del ejido con sus cultivos criollos, sino en el parque ejidal y balneario que administra el CE y CV; de tomarse al balneario y al parque ejidal como un territorio que precisa de la misma atención que un cultivo agrícola, sería posible cosechar diversos frutos económicos en temporadas periódicas del año y de forma simultánea difundir los bienes y servicios de la RAACAT, acciones que pueden realizarse mediante el MAE para un PMU.

3.2 ANALOGÍA GEOREFERENCIAL DE SAN SALVADOR ATENCO

Tenemos un esbozo de simbología atenquense en:

- ° Especies endémicas lacustres
- ° Vegetación nativa
- ° Arquitectura prehispánica
- ° Gastronomía culinaria tradicional
- ° Mitos y rituales

Algunos de los símbolos ambientales y culturales para la RAACAT que aquí se manifiestan, están representados en el folleto del Balneario y Parque Ecológico Los Ahuehuetes. Este conjunto de simbología cultural es difícil expresarlo en un solo PMU como lo es un folleto, y para complementarlo se propuso al CE filmar celebraciones tradicionales del

municipio de Atenco. Estos documentos audiovisuales se pretenden exhibir en el centro de recepción/museo del parque ejidal Los Ahuehuetes para ofrecer un panorama integral de la unión entre ambiente y CCRR.

El tener documentos audiovisuales sobre algunas celebraciones tradicionales tiene un doble propósito, primero el conservar un registro histórico regional, y segundo, el resignificar la simbología cultural a través de la visión contemporánea de los individuos autoreferentes comunicada a través de PMU's.

Se perciben tres símbolos ultralocales desde la perspectiva del interventor/desarrollador: el ejido (paisaje-ambiente), la devoción(cultura) y el parque ejidal(bienes y servicios). Entonces, el posicionamiento de un PMU precisa desarrollarse a través de los bienes y servicios que genere el parque ejidal, así como de los individuos autoreferentes del ejido unidos en asociaciones de confianza intersecuenciales y constituidos por un discurso de identidad base que trascienda el ser en sí individual para dimensionar su simbolismo múltiple, holístico, plural, integral y autosustentable.

3.3 ENTIDAD MONTE: MÚSICA Y AGUA

Paradigmas de una región de aprendizaje ambiental y cultural son San Salvador Atenco y Santa Catarina del Monte, es probable que el hecho de que ambos sean pueblos que viven en el límite entre lo rural, lo urbano y lo industrial sea una de las justificaciones más acertadas para argumentar que el territorio intermedio conforma una región de simbolismos paisajístico-ambientales y culturales que se comparten en costumbres comunes. Es en esas costumbres comunes de la cotidianidad que el individuo interactúa por y para las motivaciones simbólicas que le brindan alegría, razón de ser en sí, bienaventuranza y felicidad.

El monte en Santa Catarina del Monte está en el despertar diario de los ojos de sus habitantes. A lo largo de los años los recursos naturales del monte han ido escaseando, tal y como pasa en el ejido de Atenco con la caza de patos, la cual se realiza inconsecuentemente; no es lo mismo la cantidad y calidad de los patos hoy que cuando estaban unidos los siete lagos de la cuenca del valle de México. Algo similar ocurre en la Sierra Nevada de Texcoco, el bosque prácticamente esta siendo saqueado. El problema es que ha sido una costumbre y un modo de sustento de los

habitantes de Santa Catarina, al igual que los “pateros” de Atenco. Flora, fauna y comunidad asociadas en una relación cultural de supuesto respeto; una relación cultural que se ha deteriorado con el paso del tiempo, ya que el ideal mítico simbólico de los elementos de pertenencia e identidad no se fomentan en la actitud rutinaria de la vida cotidiana.

Pateros y ecologistas en Atenco; leñadores y agricultores en la serranía de Texcoco. Relaciones de poder de una complejidad histórica que precisan cambiarse y adaptarse hacia una simbolización regional que en lugar de generar conflictos de discontinuidades, generen asociaciones de confianza intersecuenciales sustentadas en una evolución incesante de estabilización, en equilibrar las formas productivas, en reconstruir el milagro de la naturaleza creadora, en transformar las actitudes rutinarias del individuo social hacia actitudes simbólicas que resulten en un individuo autoreferente.

Santa Catarina del Monte se encuentra a 2,750 m/nm del lado norponiente de la Sierra Nevada en el Estado de México, municipio de Texcoco (una de las 55 comunidades del municipio). La importancia de esta región serrana radica en

que constituye el límite biogeográfico entre las regiones neártica y neotropical. El tipo de vegetación que se distribuye con una superficie mayor es el bosque de pino.

Una georeferencia histórica sobre Santa Catarina del Monte aparece en un estudio de Pedro Carrasco sobre la triple alianza del imperio tenochca, donde cita un recorrido que hizo Fray Agustín de Ventancurt a finales del siglo XVII en diferentes pueblos de Texcoco, ahí nombra a Santa Catarina del Monte como Santa Catalina Ayahualco.(Carrasco. 1996; p.205) Hecho que es de notarse porque de los pueblos que rodean a Santa Catarina del Monte, éste es el único que no posee un nombre en lengua náhuatl después de su nombre del santoral religioso.

“Los adoratorios dedicados a los Tlaloque que se hallaban en las orillas lacustres de la metrópoli se llamaban Ayauhcalco, que significa: lugar de la casa de la niebla.”(iih.unam.mx)

Los Tlaloque son los asistentes de Tlaloc (dios de la lluvia y otros meteoros). Y por otra parte, en el Diccionario de Aztequismos de Luis Cabrera, ayahu, viene de atl, agua y de yahualli, corona o cosa redonda; probablemente significa lago redondo o cráter de agua. La terminación calco, viene de calli, que significa casa y co,

es una desinencia locativa. (Cabrera. 1997; 38-39) Luego entonces Ayahucalco sería lugar del cráter de agua.

Ya sea que el sitio donde se encuentra el pueblo de Santa Catarina del Monte mucho antes del s.XVII hubiese sido un lago o ya sea que hubo un templo-adoratorio para los dioses relacionados con el culto al agua o ya sea que la niebla aparece con frecuencia en la comunidad; en Santa Catarina Ayauhalco o del Monte hubo un motivo paisajístico-ambiental y simbólico de culto mítico.

También es de consideración el observar que Vetancurt escribe Catalina y no Catarina como hoy se le llama. La fiesta patronal del pueblo es el 25 de noviembre, ese día en el santoral católico se celebra a Santa Catalina de Alejandría, virgen y mártir. En su día, la ONU lo declaró como el Día Internacional de la No Violencia Contra la Mujer. (es.wikipedia.org)

¿Santa Catarina del Monte o Santa Catalina Ayauhalco?, una temática por demás importante para el posicionamiento de un PMU desde la perspectiva de una CCRR. En San Salvador Atenco el ejido es el símbolo de mayor devoción entre la comunidad, el monte en Santa Catarina es el símbolo del

milagro. Catalina, la santa de Alejandría fue decapitada por no claudicar en seguir sus ideales mítico-religiosos. ¿Es posible que exista una relación simbólica entre el monte, la virgen mártir y los adoratorios hídricos? Una comunidad guardiana de recursos naturales y tradiciones culturales del monte, que al igual que San Salvador Atenco, ambos se encuentran entre el crecimiento urbano y la debacle de los elementos naturales y la fauna anímica. “Atenco vigilante del monte desde la ejidal salinidad lacustre, y Texcoco vigilante del ejido desde la tierra del monte lluvioso”; frase paradigmática para la difusión de la marca identitaria de los PMU’s: RAACAT.

El proceso de intervención en Santa Catarina del Monte se llevo a cabo con un grupo de individuos sociales ultralocalizados por su expresión simbólica: la música. Se le expuso a algunos músicos de la comunidad el concepto de realizar la producción de un CD de varias bandas musicales del pueblo, tras lo cual se diseñaría un empaque donde se imprimirían los datos de cada banda. Es decir, que este PMU funcionaría como una “tarjeta de presentación” para clientes potenciales, quienes tendrían la muestra del trabajo de cada una de las bandas musicales para escucharlas en directo.

La logística para concentrar a una banda musical y grabarlos en estudio fue inoperante, era necesario coincidir en fecha, lugar y horario con músicos que trabajan a destajo en diferentes proyectos; es excepcional el caso del músico que tiene un trabajo de planta, y si lo tiene esta a expensas del variable calendario de contrataciones para quien trabaja. Así que la opción era registrar el audio de bandas en vivo en celebraciones tradicionales como ya se había hecho antes en Atenco.

3.4 ANALOGÍA GEOREFERENCIAL EN SANTA CATARINA DEL MONTE

El último PMU que se realizó en la RAACAT fue el CD "Escucha la voz simbólica de una región. Registro auditivo de la RAACAT. San Salvador Atenco y Santa Catarina del Monte", el cual es el símbolo regional paradigmático de un PMU bajo un enfoque cultural. Hay temas musicales y sonorizaciones atmosféricas de dos pueblos, de dos municipios diferentes, en dos posiciones georeferenciales tan diversas como sus individuos sociales. Y toda esa heterogeneidad los asocia en una actividad cultural: la música.

En cuanto a la arbitrariedad para elegir una región como el espacio donde confluye un tipo o varios tipos de música, se

toma de referencia a Nestor G. Canclini quien en su libro Culturas híbridas expone las ideas de desterritorialización (pérdida de la relación natural entre cultura/territorio y geografía/sociedad) y reterritorialización (reposicionamiento de viejas y nuevas producciones simbólicas).

"El departamento de marketing internacional de las disqueras reimaginan al mundo como global y segmentan músicas del mundo en sus mapas, valorando cuestiones estéticas de la estructura musical para asegurar que "pueda viajar bien" y considerando elementos semióticos sobre el tipo de imágenes e información más adecuadas donde se destaque el origen del repertorio, lo cual sea atractivamente exótico para una audiencia internacional. Es la creación y comercialización de los sonidos de los músicos como géneros musicales."(Negus. 2005; pp.266,285)

El repertorio musical en "Escucha la voz simbólica de una región. Registro auditivo de la RAACAT. San Salvador Atenco y Santa Catarina del Monte", lleva a la audiencia a experimentar el ambiente y la cultura en géneros musicales que abarcan desde el trance rítmico prehispánico a los andantes con troppo más perspicaces de la filarmónica del viejo mundo europeo.

El trabajo de diseño editorial y gráfico de los PMU's que se han realizado es parte esencial del MAE, es la identidad visual de los PMU's y de la colección en serie de

documentos audiovisuales. El público objetivo con quien se intenta posicionar estos PMU's es gente que tiene apego por lo tradicional, lo autóctono, lo original de regiones ultralocalizadas en sus aspectos ambientales y culturales; un público objetivo inclinado a apoyar proyectos de conservación y protección de los recursos naturales, fauna, paisaje y el acervo histórico-cultural.

Se eligieron algunos símbolos regionales para posicionar los impresos de los empaques de DVD's y del CD. El diseño editorial y gráfico de los impresos en los DVD's y el CD es una expresión logotécnica de la metodología de la identidad corporativa que se traduce en símbolos culturales de los productos mediáticos que establecen un posicionamiento de la RAACAT.

"El emisor social, provisto hoy de unos canales hasta hace poco insospechados, cae en la cuenta de que no sabe emitir y busca auxilio. Gran parte de la creatividad social se desplaza entonces hacia el área de la comunicación en respuesta a una demanda de aumento de fluidez y eficacia de canales y mensajes, actualización de códigos, capacitación de emisores y creación de interlocutores válidos. La comunicación se transforma así en el eje problemático clave de la sociedad contemporánea."(Chaves. 2007; p.17)

Se han experimentado todas las etapas de la realización de un PMU: logística operativa de contactos y proveedores de servicios, registro visual y auditivo, fotografía fija,

entrevistas, calificación de material registrado, edición de video y de audio, investigación documental, diseño editorial y gráfico, insumos para armar los productos mediáticos, contabilidad y relaciones humanas. Todo este conglomerado de etapas es lo que se espera que el individuo autoreferente logre realizar desde su perspectiva de CCRR para crear un PMU de calidad mundial.

3.5 ANALOGÍA GEOREFERENCIAL EN LA R.A.A.C.A.T.

Agua. Flujo. Siglos de ciclos: evaporación, precipitación y filtración han fluido en aguas desde las montañas, por los valles y hasta los lagos y mares. La sangre de tierra sabe a agua, los tiempos del símbolo claman por el fluir del ser en sí individual. Imitar los ciclos naturales y simular en las acciones del ser en sí un individuo autoreferente formado de sangre de tierra donde se siembre el germen de la fluidez para llenar los vacíos y derramar las abundancias, confiar en asociaciones significativas y beberlas a sorbos conscientes, purificando los torrentes vitales que desarrollan la comunidad del ser en sí a través del agua.

Más agua que tierra había hace 500 años en la cuenca del valle de México, ésa es la imagen del logotipo de la RAACAT

(los siete lagos originales que formaban uno sólo), por ello es la marca identitaria que se busca posicionar en los PMU's.

Además del ejido, el monte y la música, el agua es un símbolo que une a la RAACAT. El documento audiovisual "Atenco Ejido y Devoción. Imágenes de dos celebraciones tradicionales", contiene la peregrinación a los pozos del ejido atenquense con la efigie de San Isidro Labrador y el ritual de danzantes acolhuacanes en honor a Tlaloc; ceremonia dedicada al culto del recurso hídrico. En "Milagro y Música 2. Apantli: venerando al sembradío de agua", observamos a los significantes (actores sociales ultralocales) de Santa Catarina del Monte en una celebración tradicional casi idéntica a la de San Salvador Atenco, donde también visitan depósitos y pozos de agua así como manantiales; en un evento de agradecimiento por tener agua en el pueblo para uso de la comunidad. Música y agua fluyeron en ambos recorridos al ritmo del monte y el ejido. Es contundente el simbolismo histórico regional del agua entre Atenco y Texcoco; la Sierra Nevada productora de agua y la zona lacustre extractora de especies acuícolas.

Un individuo autorreferente puede constituirse como un PMU, sujeto social que puede posicionarse por sus propias acciones simbólicas, tal fue el caso al registrar en video a un hombre de más de setenta años que ha tocado la chirimía toda su vida y es originario de una comunidad de la RAACAT, se le filmó el 5 de agosto 2009 frente al atrio de la iglesia de su pueblo y un año antes, el 6 de agosto 2008 frente al atrio de la iglesia en San Salvador Atenco; así de pequeña y simbólica es la RAACAT, donde un individuo ha logrado posicionarse (al paso de muchos años de difusión de boca en boca) como el único músico que trae en su eslabón genético la virtud de tocar chirimía, auténtico individuo autorreferente de una CCRR que sin realizar un PMU a través de un MAE logró asumirse como un PMU de carne y hueso.

La propuesta de construcción de un MAE y posicionamiento de una PMU para convocar al DRR podría sonar fascista, ya que justamente se integran técnicas del corporativismo y del ultralocalismo (en lugar del nacionalismo). A aquellos que así lo interpretan, se les invita a revisar a profundidad la ambivalencia de la dimensión simbólica y su consecuente ambigüedad así como a teorizar sobre la plausibilidad de buscar las oportunidades donde menos parecen estar, es

decir, hacer de las herramientas del fascismo (industria cultural) un medio simbólico de pertenencia identitaria para la CCRR.

¿Qué importa utilizar algunas herramientas del crecimiento económico si eso permite ampliar la perspectiva de los niveles de realidad del desarrollo comunitario y atisbar una estabilización económica fundamentada en el trueque de bienes y servicios intraregionales?! Individuos autoreferentes y sus asociaciones de confianza intersecuenciales fundamentadas en la acción ética-estética-sintética, así como la identidad corporativa son el no hacer del fascismo, el aspecto autosustentable del desarrollo.

CAPITULO IV: IMAGINANDO LOGOTÉCNIA EN LUGAR DE TECNOLOGÍA

4.1 P.M.U's. DE LA R.A.A.C.A.T.

Los símbolos estructurales donde se construye un PMU para la RAACAT son elementos paisajístico-ambientales con una enorme tendencia a la procuración de las tierras de donde emana el agua, al igual que expresiones artísticas como la música. Los PMU's de este trabajo de investigación son un reflejo de estos atributos identitarios; la tecnificación del logos al servicio de una lógica tecnificada a través de un MAE para realizar PMU's los cuales logren convocar al DRR.

"Se trata de una fase reversible del actual proceso técnico, fase antropológica de interioridad de la consciencia por medio de la cual la tecno-logía se revierte en logo-tecnia." Muñoz. 1980; p.360.

En San Salvador Atenco se podía haber realizado un video promocional del balneario y parque ejidal, o en Santa Catarina del Monte realizar un video promocional de un músico o una banda en particular. El Comisariado Ejidal de Atenco, el músico de Santa Catarina del Monte u otro individuo social de la RAACAT tendrá que construir su propio MAE para un PMU que le funcione con eficiencia y efectividad en la difusión de sus bienes y servicios.

"Michel Bosquet, citado por Eizner (1978) propone un modelo de transición hacia la <<sociedad ecológica>> bajo la forma de una sociedad dualista y de la autogestión: de un lado la producción de masas, la industria y la planificación, en otras palabras, el Estado; de otro lado la producción autónoma y no de mercado de la sociedad civil. El neoruralismo sostiene un mercado potencial nada desdeñable para el sistema mercantil, la publicidad realizada alrededor de todo lo que tiene un potencial rústico, es decir, auténtico, lo confirma."(Nates y Raymond. 2007; p.45)

El acto de compaginar y/o editar un registro visual y auditivo de significantes es una forma de hacer y recrear la mitología territorial, presentando en pantalla y en altavoces una simbología ultralocalizada o bien regional dependiendo el alcance del posicionamiento que se busque de un PMU.

En noviembre del 2007 se le envió una carta al presidente del CE de San Salvador Atenco donde se le ofrecía la elaboración de una identidad corporativa para un folleto y un cartel (ver Anexo, imágenes 2,3,4,5) que sirviera como una herramienta en el posicionamiento de la identidad y actividades del parque ejidal.

"Todos los elementos gráficos y tipográficos de una identidad corporativa necesitan apoyar el posicionamiento de marca y ajustarse bien entre sí. Si se consigue esto, la identidad resultante será significativa, de relevancia y flexible. En el primer estadio se diseñan los elementos corporativos principales (nombre, logotipo, colores). Tras esto, se desarrollan los elementos corporativos secundarios

(estilo tipográfico, estilo de imágenes, tipo de maquetación, tono de la comunicación, paleta de color, sistemas de jerarquía). Habitualmente, son los elementos secundarios los que, aplicados de manera creativa e inteligente, y vistos en conjunto, confieren el mayor grado de diferenciación a una identidad corporativa.”(mono. 2004; p.19)

Varias reuniones posteriores se tuvieron con los cuatro integrantes del CE (Elvia, Alicia, Javier y Antonio) para dar los vistos buenos a la información, contenidos e imágenes a utilizar en el folleto. Finalmente el folleto fue aprobado un mes antes de semana santa (febrero 2008), el periodo vacacional de mayor afluencia en el parque ejidal.

El folleto, al ser un PMU necesitaba del diseño de un elemento signficante, un ideograma, un signo figurativo, un sello simbólico, una marca identitaria o logotipo (ver Anexo, imagen 6) con el fin de posicionar los bienes y servicios a difundir; este logotipo se imprimiría en cualquier PMU. Sobre este respecto, un especialista en desarrollo agrícola rural de la Comisión Europea opina acerca de la importancia de los logotipos:

“Un símbolo gráfico común para las regiones más remotas de la Comunidad Europea se ha considerado oportuno crear, con la intención de promocionar los productos agrícolas originarios de estas regiones.”(ec.europa.eu)

Este sello simbólico (logotipo) es una imagen de los 7 lagos originales en la cuenca del valle de México con una larga pero explícita inscripción que reza: Región de Aprendizaje Ambiental y Cultural en Atenco-Texcoco (RAACAT). La imagen simbólica en el trasfondo de este logotipo son los 7 lagos originales (que formaban uno sólo) "en la cuenca del valle de México entre el 30,000 AC. y 1607 DC., y donde todo cambio tras las obras de desagüe por las constantes inundaciones y el crecimiento urbano." (Cruickshank. 1998; p.39). Es un símbolo cultural y paisajístico-ambiental que intenta redescubrir los significantes tradicionales que permanecen en esta región. Este ideograma (logotipo) designa con plena arbitrariedad una región simbólica. En tanto a territorio georeferencial se circunscribe a los municipios de Atenco y Texcoco, y en cuanto a su imagen identitaria convoca al DRR a través del aprendizaje ambiental y cultural; una reflexión mítico-utópica de instrucción/aprendizaje bidireccional acerca de lo que hace 500 años era el Valle de México y lo que hoy es pertinente hacer en él para los próximos 500 años.

El propósito de realizar audiovisuales en San Salvador Atenco y en Santa Catarina del Monte ha sido integrarlos en una colección de DVD's titulada: "Observa la visión

simbólica de una región. Registro visual y auditivo de significantes en la RAACAT." Es por esto que la distribución de gráficos en los impresos del empaque tiene un formato establecido, se mantiene un título permanente y números consecutivos con subtítulos que especifican la temática abordada.

Dos documentos audiovisuales se produjeron en Atenco: "Ejido y Devoción, imágenes de dos celebraciones tradicionales" (ver Anexo, imágenes 7,8,9,10,11,12) y "Ejido y Devoción 2, pies que pintan flores" (ver Anexo, imágenes 13,14,15,16,17). Las celebraciones tradicionales que se registraron fueron las siguientes:

Arrierría del Carnaval. Registrada el 5 de febrero 2008. Es un acto completamente simbólico, un exhorto a emanciparse de prejuicios y al otro día buscar la absolución de pecados en el miércoles de ceniza, ya que la arriería siempre se celebra el martes anterior.

"El carnaval es un encuentro heterogéneo que mezcla a contrarios en formas complejas, aunque se vislumbra una condición de inutilidad en el acto mismo, también es utópico y juzgable: un espacio diferente y placentero, así como representativo de un ideal comunitario."(Stallybras y White en Johnson. 2006; p.83)

San Isidro Labrador/Tlaloc. Registrada el 15 de mayo 2008. La bendición cristiana y prehispánica a los pozos de agua ejidales. Esta celebración es inmensa, interconecta a dos concepciones culturales desgarrando las dimensiones cronotópicas. Por un lado Tlaloc y la mitología que lo envuelve para la siembra, y por el otro, la devoción religiosa en la imagen del santo patrono San Isidro Labrador. Símbolos y significados unidos por el recurso hídrico.

"Agua, tierra y fertilidad formaban un núcleo fundamental de la religión mexicana... el culto a Tlaloc era expresión de esas tradiciones milenarias; dios de la lluvia, de los cerros, de la tormenta y otros fenómenos atmosféricos."(Broda. 2003; p.55)

Aniversario del nacimiento de Nezahualcoyotl. Registrada el 26 de abril 2009. Algunos habitantes del municipio de Atenco tienen a mucha honra la certeza de que son descendientes directos de Nezahualcoyotl e incluso el rumor del pueblo cuenta que los restos del "rey poeta" se encuentran depositados debajo de la capilla de Esquipulas en el centro de San Salvador Atenco. Leyenda, mito y utopía danzan al unísono en la CCRR de la RAACAT.

"Tenía el rey Nezahualcoyotl muchas casas en la ciudad y en diferentes partes de ella, en vergeles y recreaciones, donde tenía a sus mujeres y criaban a sus hijos... tenía en

sus concubinas sesenta hijos varones y cincuenta y siete hijas.”(Martínez. 2006; p.56)

La duración total del DVD “Atenco Ejido y Devoción. Imágenes de dos celebraciones tradicionales” es de 51’30’’. En la Arriería del Carnaval hay imágenes simbólicas que reflejan el respeto hacia la figura religiosa de los mayordomos, quienes aportan dinero y tiempo de organización para el festejo, principalmente con comida y bebida para todos los participantes. Baile, cuetes, tractores, caballos, huaraches, disfraces, sombreros, disparos, jorongos, gritos y simulaciones atavían simbólicamente a esta celebración tradicional. Ya se simbolizaba literalmente en un letrero del video: “El municipio de Atenco se distingue (entre otros atributos) por su amor a la cabalgata a caballo, a las fiestas tradicionales y a la libertad”.

En San Isidro Labrador/Tlaloc se repite el formalismo religioso de acudir a agradecer a los mayordomos de la celebración para luego dar inicio al recorrido. Caballos y tractores decorados, rezos cristianos y cantos nahuatl, soplidos de caracoles y repicar de campanas, botas con sombreros y penachos con huaraches aparecen en un dualismo sincrético entre ejidatarios alabando al santo patrono y

danzantes venerando a las deidades del agua, todos ellos habitantes del municipio de Atenco conviviendo en la fe histórica de sus símbolos. Una imagen excepcional es aquella donde dos guerreros acolhuacanes danzan y soplan el caracol frente al tractor del ejido, abriéndole el camino... haciendo fluir el paso a quienes viajan como el agua de la acequia ejidal.

"Pasan los claros ríos, pasan las fuentes, y pasan los arroyos bullidores: nunca a su origen vuelven las corrientes. Nezahualcoyotl."(Ibidem; p.271)

"Atenco Ejido y Devoción. Imágenes de dos celebraciones tradicionales" evoca un registro de significantes a través de una caravana por el tiempo de los espacios del ejido. Sí, el símbolo de este trabajo documental es el ejido y la devoción que los actores sociales le brindan a la tierra por sus bondades naturales: cultivos, agua, paisaje, ambiente y cultura.

"Ejido y Devoción 2, pies que pintan flores" es un trabajo documental con un formato de presentación más convencional ya que contiene tres testimoniales explicativos sobre el evento, no obstante la celebración misma justificaba la expresión visual y auditiva de modo abstracto en todo su esplendor. La duración total de este video es de 29'29''.

Ofrendas coloridas, frutas, plumas, flores, cuerpos pintados, fuego, sombras, Sol, pies y danza. "Nosotros somos un vínculo, venimos a ofrendar."(Notoka Yoyotzin, 26/IV/09) Así lo expresó la danzante colibrí azul al referirse al ser en sí individual, su función en esta vida; declaración por demás simbólica y paradigmática de los pies que pintan flores en honor a la leyenda, al mito, a las utopías de Nezahualcoyotl.

El Ayuntamiento de Texcoco tiene (cada año) un festival cultural de tres días en honor a Nezahualcoyotl; el ejido de Atenco tiene (cada año) un ritual simbólico ancestral para agradar al héroe-símbolo-icónico de la cultura acolhuacana, quien llevó a esta región hacia niveles culturales muy sofisticados, y que ahora son casi imposibles de vislumbrar tras la influencia de la cultura grecolatina y la religiosidad judeocristiana que venimos arrastrando por siglos en tierras que vivieron otros niveles de realidad, así como estados de consciencia. "Pies que pintan flores" es un culto a la devoción del ritual, un sacrificio del ser en sí para renacer, una memorabilia del alma de los guerreros nativos y sus hazañas mítico-utópicas.

"El documental toma nota antiliterariamente de las cosas que se atribuyen al mundo objetivo. Consideremos el documental, sin creer que es antagonista del surrealismo, como una prueba más de las ósmosis delicadas y constantes que se establecen entre surrealidad y realidad. Esa realidad del mundo objetivo que se vuelve cada vez más sumisa, más dócil y más difuminada, para obedecer mejor a la violenta realidad de nuestra mente. Dicho esto, el mero documental instintivo no es más reconocible ni menos enigmático, por lo demás, que una adivinanza." (Dalí. 2003 b; pp. 84-95)

Dos documentales se produjeron en Santa Catarina del Monte: "Milagro y Música, homenajes a las patronas Santa Catarina y Santa Cecilia" (ver Anexo, imágenes 18,19,20,21,22,23) y "Milagro y Música 2, Apantli: venerando al sembradío de agua" (ver Anexo, imágenes 24,25,26,27,28). Las celebraciones tradicionales registradas fueron las siguientes:

Festejo musical a las patronas Santa Catarina y Santa Cecilia. Del 30 de enero al 6 de febrero 2009 se entrevistaron a cuatro músicos de la comunidad: Santiago Clavijo, Catalino Miranda, Ignacio Cornejo y Joaquín Clavijo. Imágenes de una reunión musical masiva para conmemorar el milagro de la música con intérpretes y compositores de todas las edades. El documento audiovisual se complementó con material registrado en noviembre 2008 por Mayra Nieves (estudiante del doctorado en Desarrollo Rural de la UAM-X) y Cristóbal Santos (director de esta

tesis) durante los homenajes a Santa Catarina y Santa Cecilia.

Apantli (acequia de agua en lengua nahuatl), es el festejo de agradecimiento al monte y a las patronas del pueblo por contar en abundancia con el recurso hídrico. 9 de marzo del 2009. Peregrinación musical de vientos metal y percusiones hacia el nacimiento del agua, depósitos, pozos y apantlis en Santa Catarina del Monte; aunado a las visitas domiciliarias de mayordomías, la iglesia y el convivio comunitario.

“Milagro y Música, homenajes a las patronas Santa Catarina y Santa Cecilia” es un trabajo audiovisual de duración total 43’14’’. Dos testimoniales del video, el de Catalino Miranda y el de Santiago Clavijo coinciden en que el bosque y el agua son los símbolos más importantes de la comunidad, es decir, recursos naturales que se encuentran en lo que ellos llaman el monte, sitio georeferencial que también lo conocen como el lugar de la siembra, de la parcela, del cultivo. Los otros dos testimoniales concuerdan en que los símbolos más destacables de Santa Catarina del Monte son los músicos y los floristas.

El clímax del documento audiovisual es un montaje sobretonal a la usanza del cineasta Sergei M. Eisenstein. El director y compositor musical Joaquín Clavijo nos instruye la manera en que ideó la composición de la marcha a Santa Catarina, diciendo que su planteamiento principal fue recopilar sus vivencias sonoras y musicales (símbolos culturales) en el pueblo. Él lo va narrando por fragmentos musicales, haciendo un recuento de los símbolos culturales que lo motivaron a insertar una secuencia musical enlazada con otra. Melodías de Noviales (música para bodas de los años sesenta). El chiflido que usaban los músicos representado en el flautín. Toque de atención de marcha militar relacionándolo con Santa Catarina Mártir que para él es “un soldado que protege al pueblo, por ello trae su espada”. Melodías de danzas de Santiagueros y explosiones de cuetes en celebraciones tradicionales. A todo este conjunto de narraciones se le fueron montando las imágenes sonoras correspondientes de un concierto en vivo bajo la dirección de Joaquín Clavijo en 2008.

“Milagro y Música 2, Apantli: venerando al sembradío de agua”, es un documento audiovisual con una duración de 77’33’’, lo cual en tiempo equivale a lo convencional de un largometraje. La primer toma es la caída de agua de un

manantial, la última toma es una fotografía fija del sacrificio de un borrego colgado de la rama de un árbol frente uno de los manantiales. Este trabajo documental es el mejor logrado simbólicamente de los cuatro producidos ya que los planos secuencia son más largos y las atmósferas simbólicas de los significantes son el sustento de los espontáneos testimoniales.

Evocación a la impersonalidad y descaracterización de la música como industria, el acto no icónico, desinteresado y esperanzador de que las polideidades disfruten la ofrenda del aliento, de los dedos, de la entrega del músico. Pasión milagrosa de organización y planeación humilde, inocente, caritativa de mayordomías y aguadores (comités de agua).

Martín Clavijo Velazquez, compositor y director musical de Santa Catarina del Monte es un símbolo viviente de la comunidad, una entidad arquetípica, un PMU dinámico. Su composición del pasodoble Siempre Verano es interpretado por muchas bandas de pueblo en todo el país desde hace más 30 años que lo compuso, y tiene otras composiciones hermosamente arregladas. En "Milagro y Música 2" se incluye una breve entrevista (ya que es muy reservado) y varias escenas de él dirigiendo. El 12 de Julio 2009 se realizó un

homenaje en honor a Martín Clavijo, evento organizado por Ignacio Cornejo (excepcional trompetista) quien celebró musicalmente a Don Martín con un repertorio formidable; esta celebración se registró y hace falta editarla. Otra celebración tradicional de la comunidad que se registró fue el festejo al Divino Salvador durante los días 4,5,6 y 7 de agosto 2009. Se entrevistaron a algunos floristas (símbolos vivientes de la comunidad) y se documentó su trabajo previo al festejo, la edición de este documento se encuentra pendiente.

La RAACAT está musicalizada en el PMU: "Escucha la voz simbólica de una región. Registro auditivo de la RAACAT. San Salvador Atenco y Santa Catarina del Monte" (ver Anexo, imágenes 29,30,31). Los temas musicales interpretados se comenzaron a registrar desde el 5 de febrero 2008 hasta el 7 de agosto 2009. Este trabajo culminó con dos CD's, uno con 17 temas y otro con 18, aproximadamente 160 minutos de música diversa registrada en vivo y en exteriores: chirimías, orquesta sinfónica, banda sinaloense (tamborazo), música versátil, huéhuetls e incidentales sonoros propios de cada atmósfera.

En dos ocasiones (Apantli 9/III/09 y homenaje a Martín Clavijo 12/VII/09) se contrataron los servicios de una productora de audio para registrar la música, ambiente e incidentales desde una consola digital de 64 canales y dos micrófonos de condensador. Los demás temas se extrajeron directamente de los eventos registrados en la cámara digital que la Dirección de Centros Regionales de la Universidad Autónoma Chapingo facilitó para este trabajo de investigación a través de Artemio Cruz, coordinador de la Maestría en Ciencias en Desarrollo Rural Regional 2007-2009.

En la estructura física del empaque del CD "Escucha la voz simbólica de una región. Registro auditivo de la RAACAT. San Salvador Atenco y Santa Catarina del Monte" se utilizó papel reciclado sobre cartón estucado dividido en dos pliegues horizontales y dos pliegues verticales, formándose al abrirlo por completo una cruz; una pestaña se dejó para insertar el folleto informativo.

"En el empaque para CD, como ocurre con las revistas, los libros, etc., el diseño se experimenta a través del tiempo y la interacción. Las ideas deben mostrarse como una narración. Esto supone un problema para el diseñador, ya que el espectador no quiere verlo todo de una vez, en otras palabras, no quiere ver el final de una película mientras está viendo el principio."(Anderson en Rivers. 2006; p.83)

La portada del CD y todo el emplazamiento de gráficos e ilustraciones así como la tipografía tienen un enfoque absolutamente lúdico, se plasma la inocencia del juego infantil al carecer de prejuicios y crear fusionando las imaginaciones, memorabilia y sucesos que se encuentren a su alcance. De hecho, las ilustraciones fueron realizadas por niños entre 9 y 12 años. La motivación para incitar su proceso creativo fue el hacer crecer instrumentos musicales de ambientes naturales y hacer crecer elementos de la naturaleza desde instrumentos musicales, además de incluir a personajes que representasen a los individuos sociales de una CCRR.

“La portada debe intrigar, debe seducir al consumidor potencial con la idea de lo que puede encontrar en el interior. El diseñador produce imágenes pero su principal preocupación se centra en el texto, el cual tiene dos funciones: entretener e informar. El conjunto de carátula y folleto interior debe convertirse en algo interesante para el consumidor.”(Rivers. 2006; p.82)

Al terminar la producción de los cuatro documentos audiovisuales y del CD musical en la RAACAT, se comenzó a elaborar un cartel (ver Anexo, imagen 32) que incluyera fotografías de los PMU's realizados, así como el antiguo título de la tesis mediante un formato de distribución tipográfica relevante sobre un fondo blanco. La idea era hacer un cartel del estilo que manejan las distribuidoras

cinematográficas, y no un cartel academicista con tablas y estadísticas de los individuos y la comunidad de estudio. La fotografía de los PMU's se "recortó" sobre las letras más grandes del título de la tesis, disfrazándolas de modo simbólico. Los individuos sociales se representan con dibujos hechos por niños que se colocaron aleatoriamente en los contornos de algunas letras. Cabe mencionar que el cartel tiene unas medidas de 120cm. X 90cm. y esta impreso en papel fotográfico a color. Este cartel se hizo expreso para presentarlo en el III Congreso Internacional de Perspectivas del Desarrollo Rural Regional en Oaxaca, Oaxaca a finales de septiembre 2009.

Desde la perspectiva del interventor/desarrollador se buscaron posicionar dos PMU's: el cartel y la tesis. La tesis al igual que el cartel, tienen la función de un PMU al difundir los bienes y servicios de un MAE para convocar al DRR mediante la transformación del ser en sí del interventor/desarrollador en una CCRR, a diferencia de los otros PMU's, que la difusión de bienes y servicios se enfoca a convocar al DRR mediante los individuos habitantes de una CCRR que busquen un intercambio comercial y cultural autoreferente en la RAACAT.

Los diez PMU's (un logotipo, un folleto, cuatro audiovisuales, dos CD's y dos carteles) que aquí se han detallado funcionan para difundir los bienes y servicios de ciertos grupos de individuos sociales en las comunidades de San Salvador Atenco y Santa Catarina del Monte de la RAACAT, así como para exaltar la simbología contemporánea de una CCRR.

V. CONCLUSIONES

Las actitudes rutinarias de participaciones colectivas necesitan revalorarse mediante la simbología emanada de los PMU's realizados. Es decir, en lugar de la actitudes rutinarias de participaciones colectivas (fundamentadas generalmente en el compromiso religioso o la costumbre común y corriente) se precisa de actitudes simbólicas en asociaciones de confianza intersecuenciales (fundamentados en equipos de trabajo de corte corporativo y en su discurso de identidad base).

Las costumbres tradicionales marcadas por celebraciones culturales son una fuente de elementos de pertenencia e identidad (símbolos) para una comunidad que transforma la actitud rutinaria hacia una actitud simbólica en el momento de la celebración. ¿Se puede mantener esta actitud simbólica de fraternidad, humildad e iniciativa fuera de las celebraciones tradicionales?

Generalizando, casi toda celebración tradicional tiene ciertos elementos propios de un carnaval, fiesta analizada por Mijail Batjin, y con quien se coincide en lo siguiente:

"El carnaval es la segunda vida del pueblo, basada en el principio de la risa, es su vida festiva. La fiesta sólo puede vivirse de acuerdo a sus leyes, es decir, de acuerdo a las leyes de la libertad. Las festividades para ser verdaderas contienen elementos del espíritu, del mundo de los ideales, sin esto no existe clima de fiesta. Bajo estas circunstancias el pueblo adopta una segunda vida, penetrando en el reino utópico de la universalidad, de la igualdad y de la abundancia. El individuo parece estar dotado de una segunda vida que le permite establecer nuevas relaciones verdaderamente humanas con sus semejantes."(Bakhtin. 1990; pp.12-15)

Esa segunda vida utópica, ideal y espiritual donde la risa (quizá el llanto) unifica la pasión vital de convivencia es la actitud simbólica necesaria para generar constantemente (si no permanentemente) asociaciones de confianza intersecuenciales articuladas por individuos autoreferentes para la construcción de un MAE y el posicionamiento de un PMU en la RAACAT.

En la misma construcción de una MAE y el posicionamiento de un PMU es necesario gestar activamente un significado comunicativo de pertenencia (discurso de identidad base) y pasivamente un desapego identitario de utopía mítica autoreferente (defragmentación trascendental). Las ambivalencias simbólicas de estos ejes rectores dinamizan diferentes niveles de realidad en una autoreferencia de regiones culturales y desarrollos ultralocalizados. Espacios de instrucción-aprendizaje bidireccional, de

reflexión y de dispersión, donde se defragmentan entornos extrínsecos e intrínsecos y se definen los propios elementos paisajístico-ambientales y culturales ultralocalistas.

Los fragmentos identitarios están esparcidos por la tierra de trabajo. ¿Quién esta por ir a defragmentar esa identidad y trabajarla para construir un MAE y posicionar un PMU? Visualicemos otra posición rural regional a nivel de identidades cibernéticas constructoras de PMU's.

El MAE de un PMU para la RAACAT se inserta en el DRR dentro de una cronotopía dominada por factores multifuncionales y de pluriactividad, donde se diversifica y dinamiza de forma simultánea la estabilización económica y el desarrollo comunitario, aunque siempre desde la perspectiva del ser en sí individual y su evolución incesante de estabilización, es decir, el desarrollo de su individualidad en asociaciones de confianza intersecuenciales.

En la construcción de una MAE y el posicionamiento de un PMU es preciso atender a plena consciencia las siguientes actividades para la RAACAT a fin de convocar al DRR:

- ° La difusión de un aprendizaje ambiental y de bienestar cultural bidireccional para cada espacio y tiempo dado.
- ° La orientación de hábitos responsables para la construcción social de representaciones simbólicas propias del ser en sí individual de la región.
- ° La adopción de asociaciones de confianza intersecuenciales como un modo de trabajo en equipos corporativos que conlleve a lazos de solidaridad efectiva entre individuos autoreferentes.
- ° La defragmentación de los valores de precio del crecimiento económico y la construcción de un intercambio (trueque) comercial y cultural autoreferente.
- ° El posicionamiento de la autosustentabilidad ambiental e identidad cultural a través de la realización de PMU's.

Un PMU convoca al DRR al posicionar la sustentabilidad ambiental e identidad cultural como las representaciones simbólicas de la región, las cuales orienten a los individuos sociales de la RAACAT a la adopción de hábitos responsables en su CCRR y al intercambio comercial y cultural autorreferente.

El DRR de la RAACAT comienza desde el ser en sí individual, sigue en el desarrollo del individuo autorreferente,

continua en la cohesión de asociaciones de confianza intersecuenciales, en el establecimiento de discursos de identidad base, en la construcción dinámica de un MAE, en la realización y posicionamiento de PMU's, y finalmente evolucionando en un intercambio comercial y cultural autorreferente de la RAACAT que conlleve a un DRR, así como a la transformación del ser en sí individual que habita en una CCRR. Para Hegel, la evolución del ser en sí se da cuando el ser en sí ha entrado en la existencia o en el medio de existencia. La transformación del ser en sí se da cuando está consciente de ser libre en la existencia, en términos cibernéticos, cuando es autorreferente.

"El primer momento era lo en sí de la realización, lo en sí del germen; el segundo es la existencia, aquello que resulta; así, el tercero es la identidad de ambos, lo que es verdadero por sí, idéntico consigo mismo, el ser por sí." (Hegel. 1983; p. 49)

El ser en sí individual interactúa con su individualidad para identificar y desarrollar las habilidades innatas y transformarse en un individuo autorreferente (ser para sí), sólo entonces puede estar capacitado para dirigir una asociación de confianza intersecuencial de la cual emanen otros individuos autoreferentes. En términos de la realización eficaz de un PMU, el DRR precisa iniciar del

individuo autorreferente hacia los individuos sociales de una CCRR.

"El desarrollo del ser en sí es esencialmente para producirse y existir por su producción. El ser en sí como potencia dinámica y el ser por sí acto energético de la existencia misma. Precisamente este movimiento es lo que se llama libertad, donde al pensar toda alienación es eliminada y donde el espíritu es absolutamente libre, es en sí mismo, es el ser por sí." (Ibidem; pp. 43,51)

Lo en sí, el ser en sí y el ser por sí, una sola forma simbólica del individuo integrada en tres dimensiones dinámicas de transformación del ser en sí para crear PMU's. PMU desde la interpretación del interventor/desarrollador asumiendo la posición de un individuo autorreferente en una CCRR. PMU desde la interpretación del interventor desarrollador asumiendo las responsabilidades de una asociación de confianza intersecuencial en una CCRR. PMU del interventor/desarrollador para otros interventores/desarrolladores en diversas CCRR's.

Para el desarrollo es necesario erradicar del propósito las limitaciones empíricas y vivenciar la mitología utópica desde el ser en sí individual. Para ser rural se necesita tierra fértil y querer que lo sea desde las asociaciones de confianza intersecuenciales. Para estar en lo regional hace falta arbitrariedad en la argumentación teórica desde el

discurso de identidad base. Para hacer simbologías hay que partir de un todo vacío y concluir que los vacíos son todo desde la defragmentación trascendental.

VI. RECOMENDACIONES

El intento utópico-mítico-simbólico de la transformación trascendental del individuo social hacia un individuo autorreferente, quien establezca asociaciones de confianza intersecuenciales sustentadas en un discurso de identidad base que funcione en la construcción de un MAE cuyo fin sea realizar PMU's eficaces para convocar al DRR precisaría ser el inicio de la regionalización del Desarrollo Rural Ultralocal (DRU).

¿Qué es el DRU? Es el desarrollo ultralocalizado que los individuos autoreferentes de una CCRR reconocen como pertinente difundir al realizar PMU's de acuerdo a sus propios niveles de realidad y estados de consciencia a través de la cotidianeidad que experimentan.

¿Cuál es la labor de un interventor/desarrollador en la arena de un DRU? El PMU eficaz logra difundir bienes y servicios de una CCRR, así como los intereses y necesidades de desarrollo ultralocal de individuos autoreferentes o asociaciones de confianza intersecuenciales, ya que es la expresión de un intercambio comercial y cultural autoreferente. Una producción estable de PMU's en la RAACAT podría evaluarse en distintos estudios de mercado y con

ello ubicar variables y constantes que arrojen ciertos indicadores contemporáneos acerca de las áreas de pertinencia para el desarrollo comunitario y el crecimiento económico desde la perspectiva del individuo autorreferente de una CCRR.

A partir de dichos resultados es probable que la construcción de programas de apoyo regionales desde el ámbito federal a través de la interpretación del interventor/desarrollador sea más efectiva que la metodología vertical de las instancias de gobierno para presupuestar apoyos para el DRR.

Para que el DRU llegue a cumplir su función es primordial identificar las necesidades, capacidades y riesgos de las comunidades en las regiones establecidas por ordenamientos territoriales federales. Para que el DRU sea eficaz es preciso que el interventor/desarrollador defina regiones simbólicas de acuerdo a su interpretación de la realidad donde los individuos autoreferentes interactúan, sus capacidades y recursos, los cuales generarán un DRU que propicie un intercambio comercial y cultural autorreferente. Proceso que con mucha fe se pueda vincular con operaciones federales establecidas por ordenamientos

territoriales y llegar así a regionalizar ultralocalidades simbólicas para su desarrollo rural.

VII. BIBLIOGRAFÍA

Acosta, J. Una bioética sustentable para un desarrollo sostenible. En Delgado, Carlos y Fung, Thalía. 1999. Ecología y Sociedad. Estudios. Ed. Ciencias Sociales. Cuba. pp.67-68.

Alberoni, F. Movimiento e institución. 1984. Ed. Nacional. España. p.362.

Anderson, I. En Rivers, C. 2006. Diseño de portadas y packaging para CD. Ed. Gustavo Gili. España. p.83

Bakhtin, M. 1990. La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de Francois Rabelais. Ed. Alianza Universidad. México. pp.12-15.

Broda, J. 2003. Graniceros: cosmovisión y meteorología indígena. El culto mexica de los cerros de la cuenca de México: apuntes para la discusión sobre graniceros. Ed. El Colegio Mexiquense/UNAM. México. p.55.

Cabrera, L. 1997. Diccionario de aztequismos. Ed. Colofón. México. pp.38-39.

Carrasco, P. 1996. Estructura político-territorial del Imperio tenochca: la triple alianza de Tenochtitlan, Tetzaco y Tlacopan. Ed. Fondo de Cultura Económica. México. p.205.

Chaffe, W. En Crow, D. 2008. No te creas una palabra. Una introducción a la semiótica. Ed. Promopress. España. p.19.

Chaves, N. 2007. La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional. Ed. Gustavo Gili. España. pp. 17,19, 144-147.

Cordero, J. 2008. Marketing estratégico en turismo. Ed. Trillas. México. p.105.

Crow, D. 2008. No te creas una palabra. Una introducción a la semiótica. Ed. Promopress. España. pp. 33,41.

Cruickshank, G. 1998. Proyecto Lago de Texcoco. Rescate Hidroecológico. s/Ed. México. p.39.

Dalí, Salvador. 2003 a. Obra Completa. Volumen II. Ed. Destino. España. pp. 471,635.

Dalí, Salvador. 2003 b. ¿Por qué se ataca a la Gioconda? Ed. Siruela. España. pp. 84-95,105.

de Alba, A. 2007. Currículum-sociedad. El peso de la incertidumbre, la fuerza de la imaginación. Ed. Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación (IISUE)- UNAM - Plaza y Valdés. México. pp.80-81,84-85,157.

Delanty, Gerard. 2003. Community. Comunidad, educación ambiental y ciudadanía. Ed. Graó. España. pp.34-35,161-162,233.

Dictionary of computer and Internet words. 2001. Edit. Houghton Mifflin. USA. p.70

Fernández, P. Reintroducción a la psicología colectiva. En Calleja, N. y Gómez-Peresmitré, G. (coordinadoras). 2001. Psicología Social: investigación y aplicaciones en México. Ed. Fondo de Cultura Económica. México. pp. 134-135.

Frutiger, A. 2005. Signos. Símbolos. Marcas. Señales. Elementos. Morfología. Representación. Significación. Ed. Gustavo Gili. España. p.177.

García, J. y Nando, J. 2000. Estrategias didácticas en educación ambiental. Ed. Aljibe. España. p.55.

García Canclini, N. 1990. Culturas híbridas. Ed. Grijalbo. México. p.67.

González, F. 2003. El simbolismo precolombino. Ed. Kier. Argentina. pp. 22,34,246.

Guimaraes, R. 2000. Tierra de sombras: desafíos de la sustentabilidad y del desarrollo territorial y local ante la globalización. Argentina. pp.16,22. www.ambiente.gov.ar/infoteca/aea/descargas/guimaraes01.pdf. Consultada 21 de septiembre 2009.

Hegel, G. 1983. Introducción a la historia de la filosofía. Ed. Sarpe. España. pp. 43-44,49,51.

Horkheimer, M. y Adorno, T. 1988. Dialéctica del iluminismo. Ed. Sudamericana. Argentina. p.7.

Ito, María Emily. Los mexicanos y sus valores: un enfoque ideográfico. En Calleja, N. y Gómez-Peresmitré, G. (coordinadoras). 2001. Psicología social: investigación y aplicaciones en México. Ed. Fondo de Cultura Económica. México. pp.165-166.

Leff, E. 2003. La complejidad ambiental. Ed. Siglo Veintiuno. México. p.47.

León-Portilla, M. 1994. Quince poetas del mundo náhuatl. Ed. Diana. México. p.171.

Long, N. 2007. Sociología del Desarrollo: una perspectiva centrada en el actor. Ed. El Colegio de San Luis-CIESAS. México. pp. 50,54,91,105,177,186,216.

Maffesoli, M. 2004. El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas. Ed. Siglo Veintiuno. México. p. 217.

Martínez, J.L. 2006. Nezahualcóyotl, vida y obra. Ed. Fondo de Cultura Económica. México. p.56,271.

mono. 2004. Identidad Corporativa. Del brief a la solución final. Ed. Gustavo Gili. España. pp. 8,19.

Muñoz, I. En Robles, M. y Banda, A. 2006. Políticas Culturales en México 2006-2020. Hacia un plan estratégico de desarrollo cultural. Ed. Universidad de Guadalajara. Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo. México. p.168.

Muñoz, R. 1980. Antropología de síntesis. Signos, ritmos y funciones del hombre planetario. Ed. Depalma. Argentina. p.360.

Nates, B. y Raymond, S. 2007. Buscando la naturaleza. Migración y dinámicas rurales contemporáneas. Ed. Anthropos-UAM Cuajimalpa. México. p.45.

Negus, Keith. 2005. Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales. Ed. Paidós. España. pp.266,285.

Nuestra Diversidad Creativa. 1996. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. Ed. UNESCO. París. p.34.

Pakman, M. Introducción. En Von Foerster, H. 2006. Las semillas de la cibernética. Ed. Gedisa. España. pp.23-24.

Parsons, J. y Morett, L. 2004. Recursos acuáticos en la subsistencia azteca. Cazadores, pescadores y recolectores. En Revista Arqueología Mexicana no.68 vol. XII. Ed. Raíces. México. p.40.

PMDTxc. Plan Municipal de Desarrollo de Texcoco 2006-2009. Municipio de Texcoco, Estado de México. México. pp.130,149,161,170.

Ries, Al y Trout, Jack. 2002. Posicionamiento. La batalla por su mente. Ed. McGraw Hill/Interamericana de México. p.23

Rivers, C. 2006. Diseño de portadas y packaging para CD. Ed. Gustavo Gili. España. p.82.

Sagrada Biblia. 1958. Génesis. I.27. Ed. Grolier. Estados Unidos de América. p.2.

Sevilla, E. 2006. De la Sociología Rural a la Agroecología. Ed. Icaria. España. p. 211.

Stallybras, P. y White, A. En Johnson, P. 2006. Unravelling Foucault's "different spaces". History of the Human Sciences Vol. 19. No. 4. Ed. Sage Publications. London, Thousand Oaks, CA, and New Delhi. pp.75-90.

UNESCO. 1989.
unesdoc.unesco.org/images/0008/000846/084696s.pdf#page=252.
Consultada el 3 de octubre 2009.

van Lier, H. 1998. The role of land use planning in sustainable rural systems. Ed. Elsevier Science B.V. The Netherlands. p.87.

von Foerster, H. 2006. Las semillas de la cibernética. Obras escogidas. Ed. Gedisa. España. pp.17,91.

Wesch, M. 2009. An anthropological introduction to *You Tube*. www.youtube.com/watch?U=TPAO-124_hU. Consultada 4 de noviembre 2009.

Willis, P. en Ariño, A. 2000. Sociología de la Cultura. La constitución simbólica de la sociedad. Ed. Ariel. España. P.198.

Zeman, J. En Crow, D. 2008. No te creas una palabra. Una introducción a la semiótica. Ed. Promopress. España. p.24.

Páginas electrónicas consultadas:

www.ec.europa.eu/agriculture/quality/outermost/index_en.htm

Consultada 28 de agosto 2009.

www.es.wikipedia.org/wiki/Bioética. Consultada 20 de septiembre 2009.

www.es.wikipedia.org/wiki/Catalina_de_Alejandría.

Consultada 12 de octubre 2009.

www.iih.unam.mx/publicaciones/revistas/nahuatl/pdf/ecn36/ecn36003.pdf. Consultada 12 de octubre 2009.

www.ec.europa.eu/agriculture/quality/outermost/index_en.htm

Consultada 28 de agosto 2009.

www.wordreference.com/definicion/ultra- Consultada 31 de
marzo 2010.

VIII. ANEXO

IMÁGENES DE P.M.U's.

Imagen 0: Fotomontaje satelital del parque ejidal "Los Ahuehuetes". pp. 76-80.

Imagen 1: Ilustración de la distribución del Parque Ecológico "Los Ahuehuetes". pp. 76-80

Imagen 2: Primer esbozo de logotipo para el folleto del Balneario y Parque Ecológico "Los Ahuehuetes". pp. 95-97.

Imagen 3: Frente del folleto del Balneario y Parque Ecológico "Los Ahuehuetes". pp. 95-97.

Imagen 4: Posterior del folleto del Balneario y Parque Ecológico "Los Ahuehuetes". pp. 95-97.

Imagen 5: Cartel del logotipo final del Balneario y Parque Ecológico "Los Ahuehuetes". pp. 95-97.

Imagen 6: Logotipo de la Región de Aprendizaje Ambiental y Cultural en Atenco-Texcoco (RAACAT). pp. 96-97

Imagen 7: Carátula y contraportada de "Atenco, Ejido y Devoción. Imágenes de dos celebraciones tradicionales." pp. 98-102.

Imagen 8: 4ª y 1ª de forros de "Atenco, Ejido y Devoción. Imágenes de dos celebraciones tradicionales." pp. 98-102.

Imagen 9: 2ª y 3ª de forros de "Atenco, Ejido y Devoción. Imágenes de dos celebraciones tradicionales." pp. 98-102.

Imagen 10: 4ª y 1ª interior de "Atenco, Ejido y Devoción. Imágenes de dos celebraciones tradicionales." pp. 98-102.

Imagen 11: 2ª y 3ª interior de "Atenco, Ejido y Devoción. Imágenes de dos celebraciones tradicionales." pp.98-102.

Imagen 12: Empaque del DVD "Atenco, Ejido y Devoción. Imágenes de dos celebraciones tradicionales." pp. 98-102.

Imagen 13: Carátula y contraportada de "Ejido y Devoción 2, pies que pintan flores." pp. 98-102.

Imagen 14: 4ª y 1ª de forros de "Ejido y Devoción 2, pies que pintan flores." pp. 98-102.

Imagen 15: 2ª y 3ª de forros de "Ejido y Devoción 2, pies que pintan flores." pp. 98-102.

Imagen 16: 4ª y 1ª interior de "Ejido y Devoción 2, pies que pintan flores." pp. 98-102.

Imagen 17: 2ª y 3ª interior de "Ejido y Devoción 2, pies que pintan flores." pp. 98-102.

Imagen 18: Carátula y contraportada de "Milagro y Música, homenajes a las patronas Santa Catarina y Santa Cecilia." pp. 103-107.

Imagen 19: 4ª y 1ª de forros de "Milagro y Música, homenajes a las patronas Santa Catarina y Santa Cecilia." pp. 103-107.

Imagen 20: 2ª y 3ª de forros de "Milagro y Música, homenajes a las patronas Santa Catarina y Santa Cecilia." pp. 103-107.

Imagen 21: 4ª y 1ª interior de "Milagro y Música, homenajes a las patronas Santa Catarina y Santa Cecilia." pp. 103-107.

Imagen 22: 2ª y 3ª interior de "Milagro y Música, homenajes a las patronas Santa Catarina y Santa Cecilia." pp. 103-107.

Imagen 23: Empaque del DVD "Milagro y Música, homenajes a las patronas Santa Catarina y Santa Cecilia." pp. 103-107.

Imagen 24: Carátula y contraportada de "Milagro y Música 2, Apantli: venerando al sembradío de agua." pp. 103-107.

Imagen 25: 4ª y 1ª de forros de "Milagro y Música 2, Apantli: venerando al sembradío de agua." pp. 103-107.

Imagen 26: 2ª y 3ª de forros de "Milagro y Música 2, Apantli: venerando al sembradío de agua." pp. 103-107.

Imagen 27: 4ª y 1ª interior de "Milagro y Música 2, Apantli: venerando al sembradío de agua." pp. 103-107.

Imagen 28: 2ª y 3ª interior de "Milagro y Música 2, Apantli: venerando al sembradío de agua." pp. 103-107.

Imagen 29: Formación editorial del CD "Escucha la voz simbólica de una región. Registro auditivo de la RAACAT. San Salvador Atenco y Santa Catrina del Monte." pp. 107-109.

Imagen 30: Empaque del CD "Escucha la voz simbólica de una región. Registro auditivo de la RAACAT. San Salvador Atenco y Santa Catrina del Monte." pp. 107-109.

Imagen 31: Empaque del CD "Escucha la voz simbólica de una región. Registro auditivo de la RAACAT. San Salvador Atenco y Santa Catrina del Monte." pp. 107-109.

Imagen 32: Cartel "Posicionamiento de una simbología regional para la difusión de productos y servicios. Registro visual y auditivo en Atenco-Texcoco." pp. 109-110.



Imagen 0



Imagen 1



Imagen 2

Ayuda a conservar y renovar este lugar que se mantiene intacto de ser urbanizado en lo que fue un gran lago.

Procremos crear en él un nuevo ecosistema para nuestra salud, armonía y bienestar.

El Comisariado Ejidal, junto con los ejidatarios de San Salvador Atenco, queremos mejorar el ambiente y enriquecer la cultura de la región.

Av. Parque Nacional,
San Salvador Atenco, Estado de México
De 8:00 AM a 6:00 PM
Abierto los 365 días del año
Informes (Comisariado Ejidal):
Tels. (044) 55 1614-4539
y (044) 55 1588-2207

**Región de
Aprendizaje
Ambiental y
Cultural en
Atenco-Texcoco**

balneario y parque ecológico
LOS AHUEHUETES

En San Salvador Atenco,
el pasado hace eco en la
cuenca oriente del
Valle de México.

Imagen 3



Frente a la Sierra Nevada en el Estado de México existió un enorme lago salado que llegaba hasta la gran Tenochtitlán. San Salvador Atenco fue uno de los pueblos lacustres de esta región, su embarcadero (Acatetelco) estaba situado en lo que hoy conocemos como Parque Los Ahuehuetes.



Ven a revivir la historia a través de la poesía de Netzahualcōyōtl, los estratagemas de Hernán Cortés y los hermosos paisajes que circundan a esta región.



- **Paquetes especiales** entre semana para grupos escolares (comida, balneario y recorrido a caballo)
- Paquetes familiares
- Antojitos tradicionales
- Asadores de carnes
- Juegos infantiles
- Recorridos a caballo
- Seguridad y vigilancia



Imagen 4

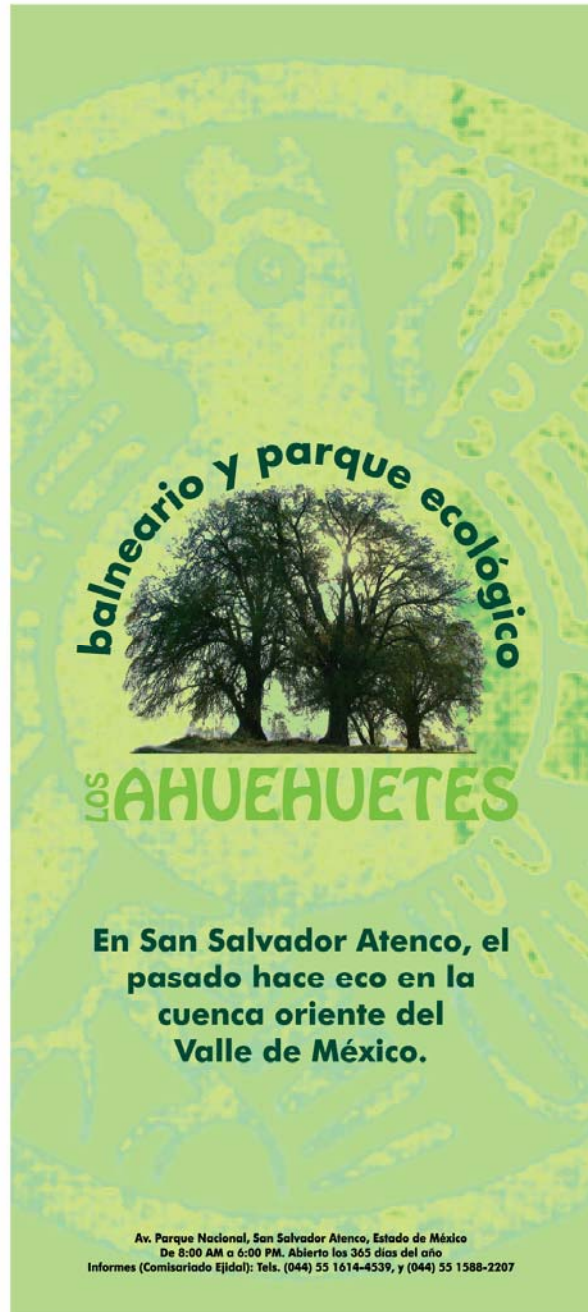


Imagen 5

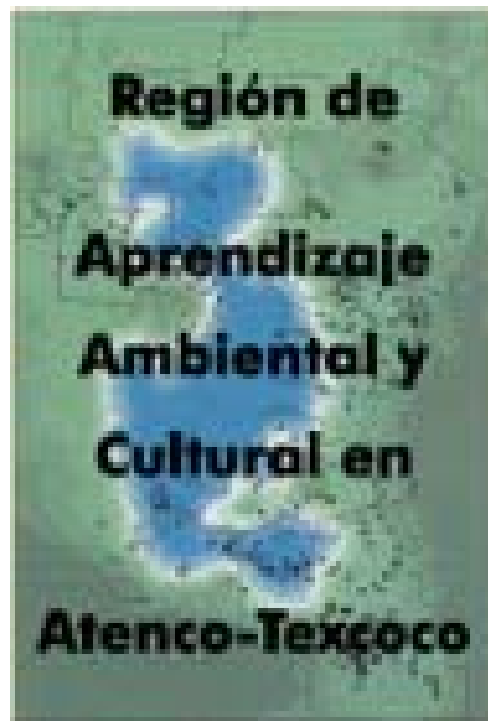
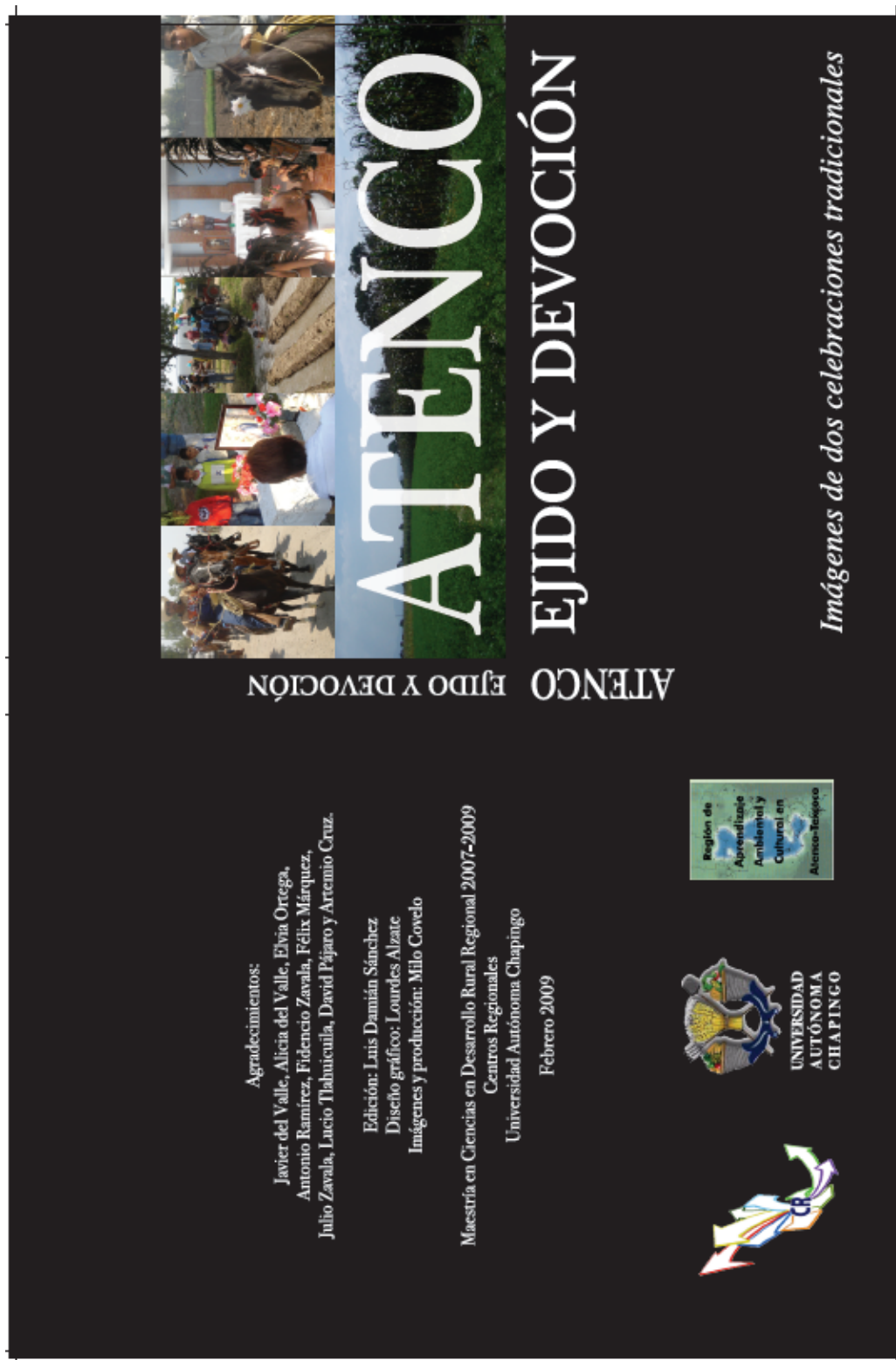


Imagen 6

Imagen 7



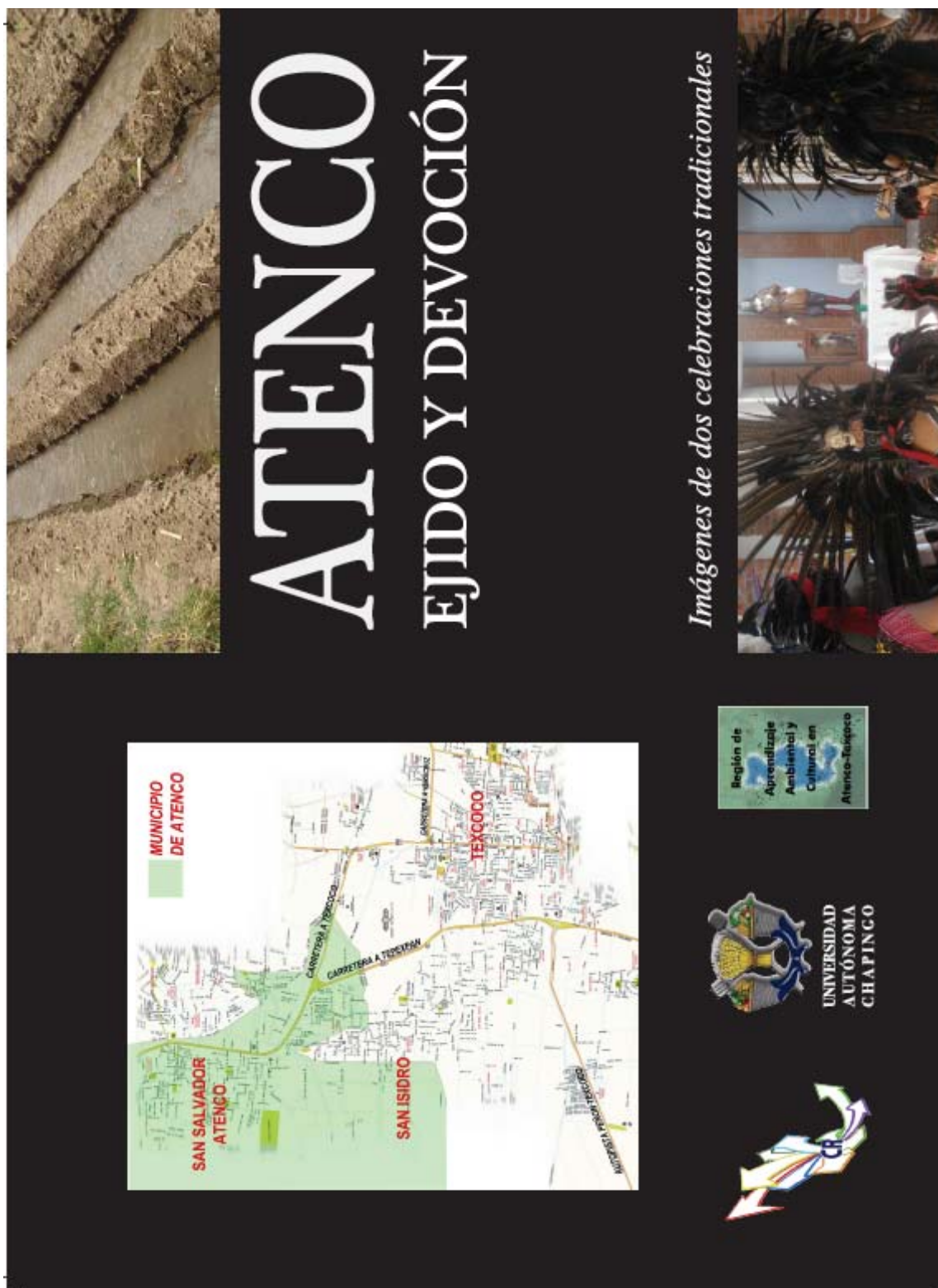


Imagen 8



"Atenco siempre ha sido muy andariego."
Alicia del Valle

"La defensa de la tierra es trabajándola."
Julio Zavala



"Aquí pega todo, lo único que no pega es lo que no se siembra."
Elvia Ortega

"Si fuéramos mulas, el lenguaje sería a patadas, pero..."
David Pájaro





Imagen 10

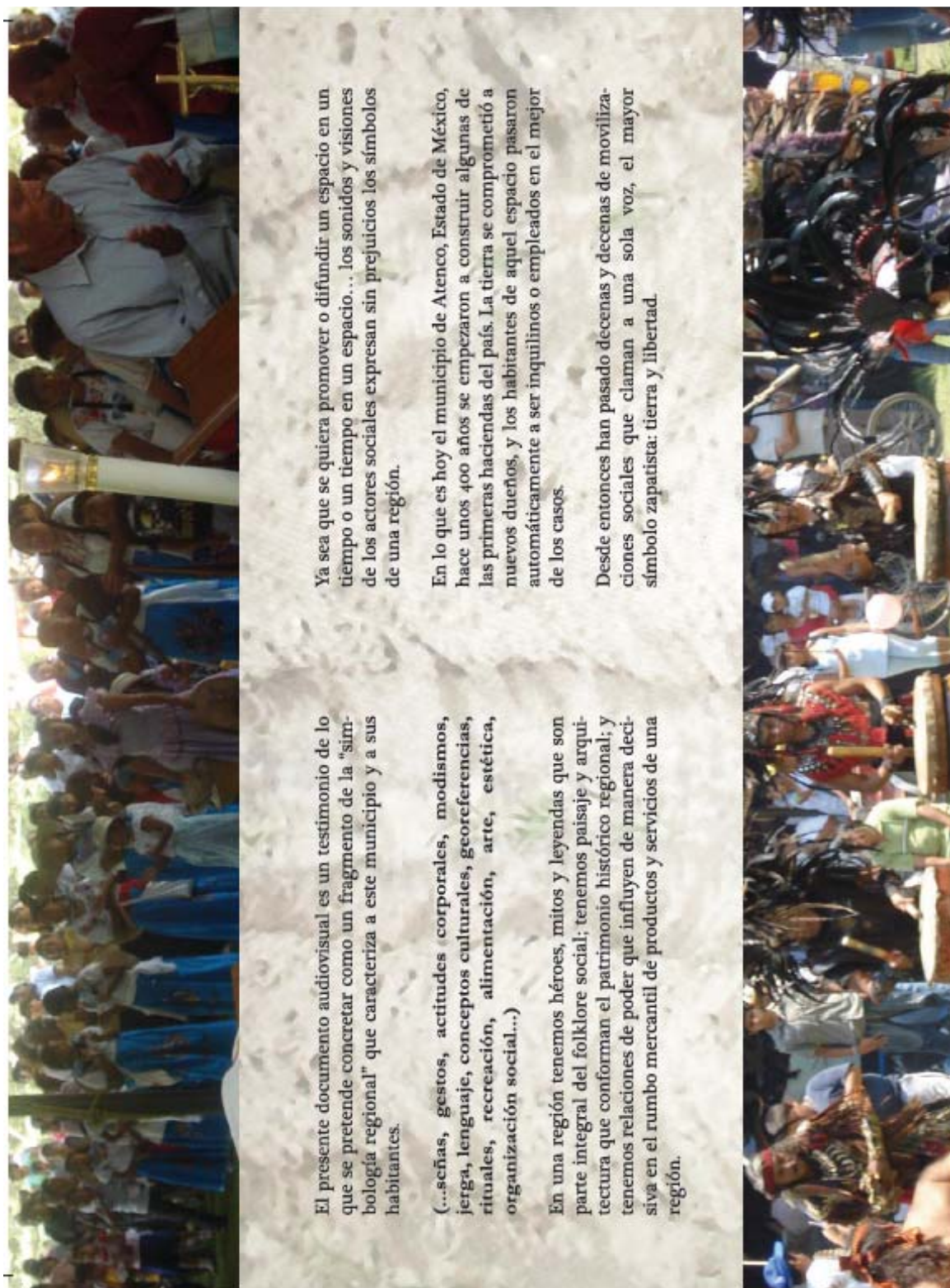


Imagen 11

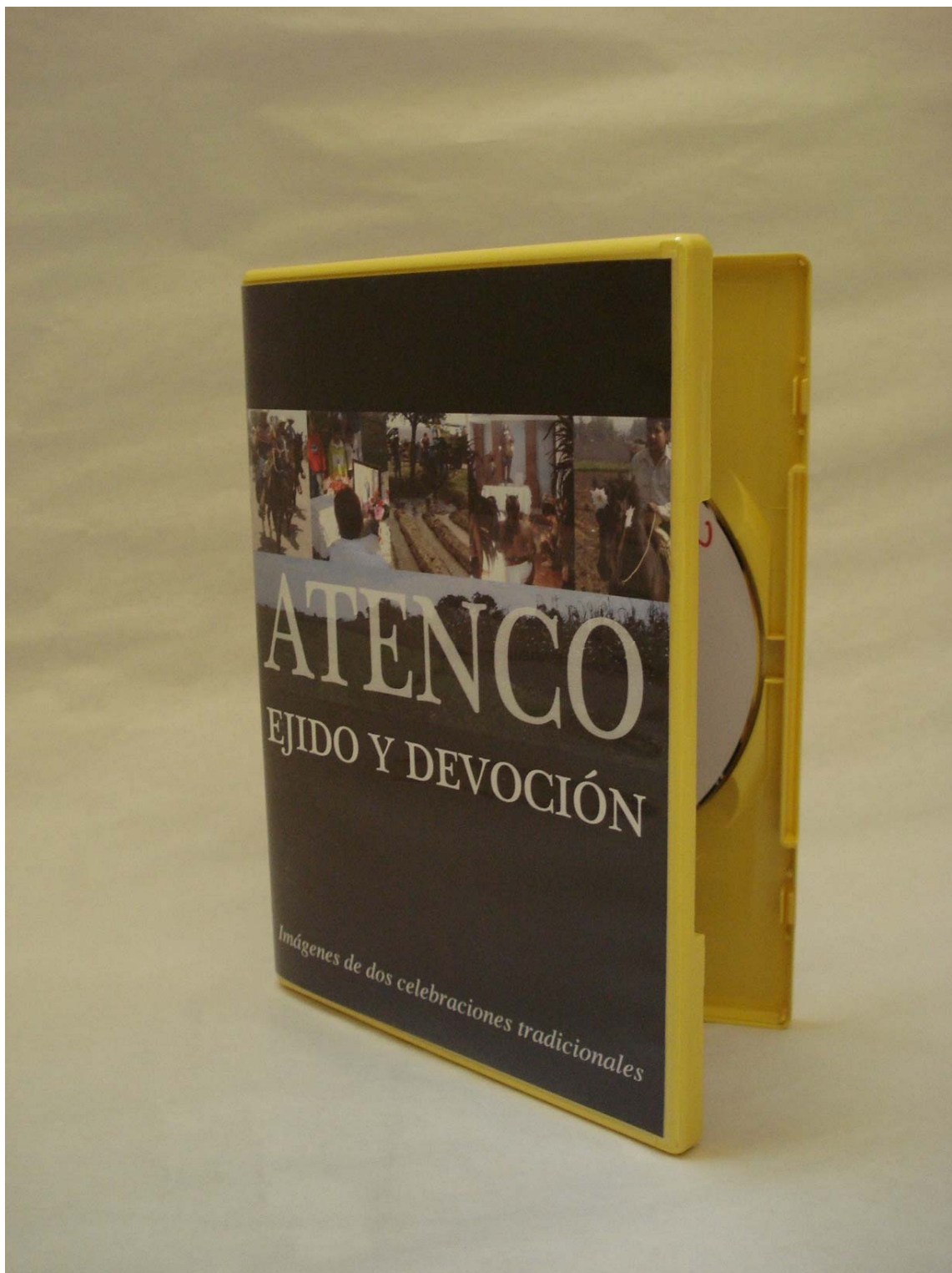


Imagen 12

Vemos a más de 18 *calpullis* o grupos de danzantes prehispanicos ofreciendo cuerpo, espíritu y pensamiento en honor del "rey-poeta" en la plaza central del pueblo y en su casa de cultura. Invaluable es la entrega rítmica espontánea de quienes danzan para ser libres, para viajar en el tiempo y hacer que los muertos se levanten a celebrar que todavía sus pies pintan flores.

Duración: 29'29"

Agradecimientos:
Lucio Tlahuilcoatl, Notoka Yoyotzin, Danzantes, Testimonios y Comisariado Ejidal 2007-2010.
Becas Nacionales. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

Edición video: Jorge Estrada
Edición diseño gráfico: Patricia Franco
Imágenes y producción: Milo Covelo

Maestría en Ciencias en Desarrollo Rural Regional 2007-2009
Dirección General de Centros Regionales Universitarios
Universidad Autónoma Chapingo
Septiembre 2009

* Coniense folleto informativo al interior.





pies que pintan flores

EJIDO Y DEVOCIÓN 2



pies que pintan flores

San Salvador Atenco, Atenco, Estado de México

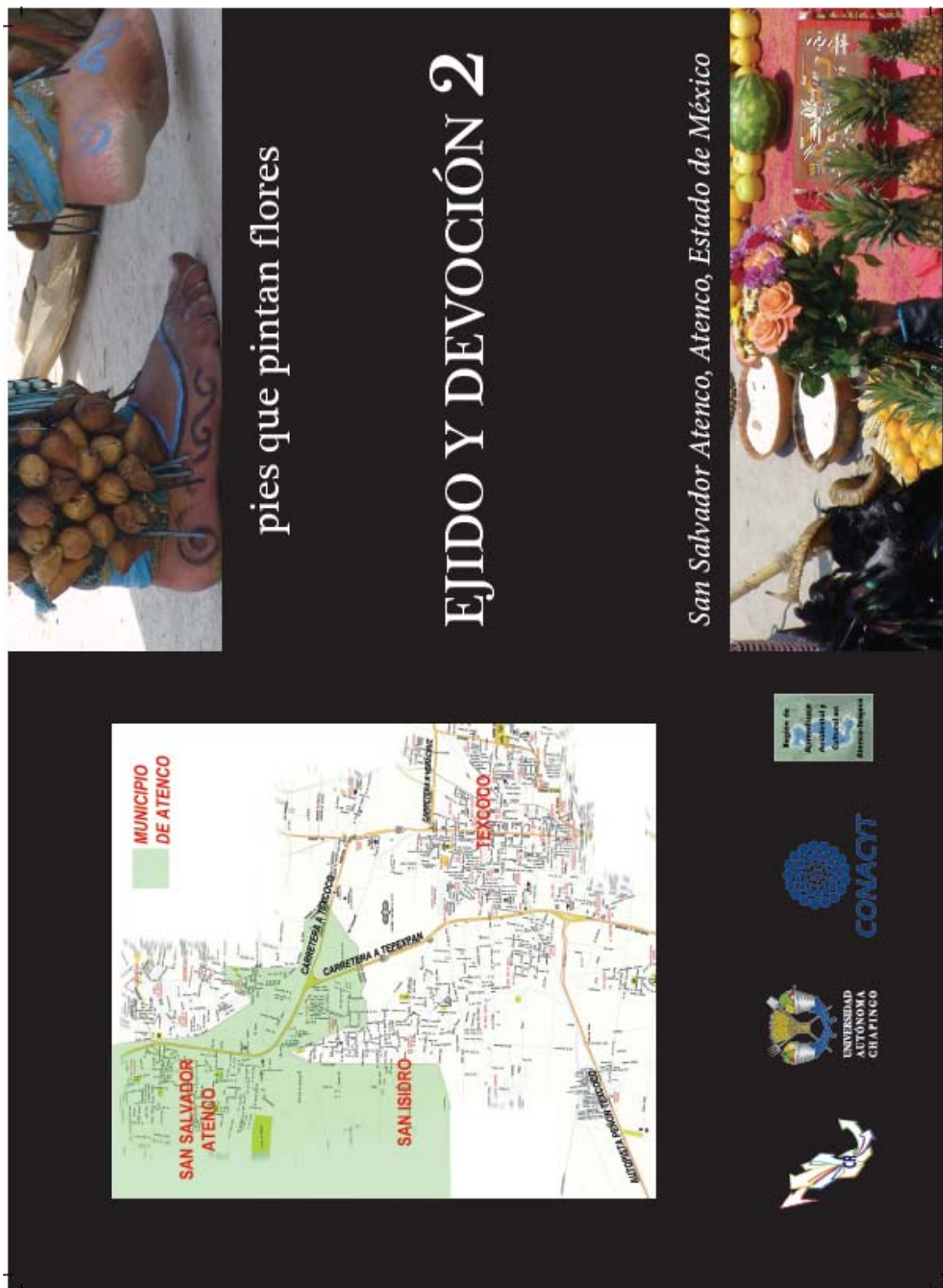


Imagen 14



“Nuestras tradiciones no hablan con palabras, hablan con formas. La danza es una ceremonia muy personal; el sentir, el agradecer por estar vivos, por tocar, por caminar.”
(Notoka Yoyotzin)



“Nosotros no somos un ballet, es algo más fuerte. La danza es para volver a nuestras raíces, recordar que nuestra cultura era más robusta, más sobria y sobretodo mas sustentable. Buscamos rescatar la sustentabilidad de las ideas de nuestros ancestros.”
(Mujer del Kalpulli Koyotl Inahuatl)





La manera de estructurar una simbología regional certera y consistente depende directamente de la entidad nuclear (tierra nativa) que se encuentra debajo de los actores sociales, ya que estos actores sociales han adoptado por tradición una identidad de dicha entidad nuclear hacia su desarrollo.

Luego entonces, con el fin de facilitar un curso fluido en el registro de significantes visuales y auditivos del ámbito rural, todos los símbolos tienen que ser determinados específicamente mediante ciertas regulaciones que cumplan a cabalidad, porque la regla normativa es un recurso para organizar la región simbólica aunque suene a sueño utópico.

Transformar la realidad en códigos minimalistas de obligaciones trae consigo un estilo de lenguaje, una suerte de comunicación imaginaria o símbolos regionales una vez que se han definido desde un diseño autónomo que considera la comunidad como la virtud del desarrollo rural en esta realidad por regiones.

Milo Coveño Cortés

Este trabajo audiovisual actúa como la segunda parte de "Atenco. Ejido y Devoción. Imágenes de dos celebraciones tradicionales." La simbología de este documento se centra en el 607 aniversario del natalicio del Huey Tlatoani del Acolhuacan: Nezahualcoyotl.



Vemos a más de 18 *caipullis* o grupos de danzantes prehispánicos ofreciendo cuerpo, espíritu y pensamientos en honor del "rey-poeta" en la plaza central del pueblo y en su casa de cultura. Invaluable es la entrega rítmica espontánea de quienes danzan para ser libres, para viajar en el tiempo y hacer que los muertos se levanten a celebrar que todavía sus pies pintan flores.

Imagen 16



Imagen 17



Imagen 18

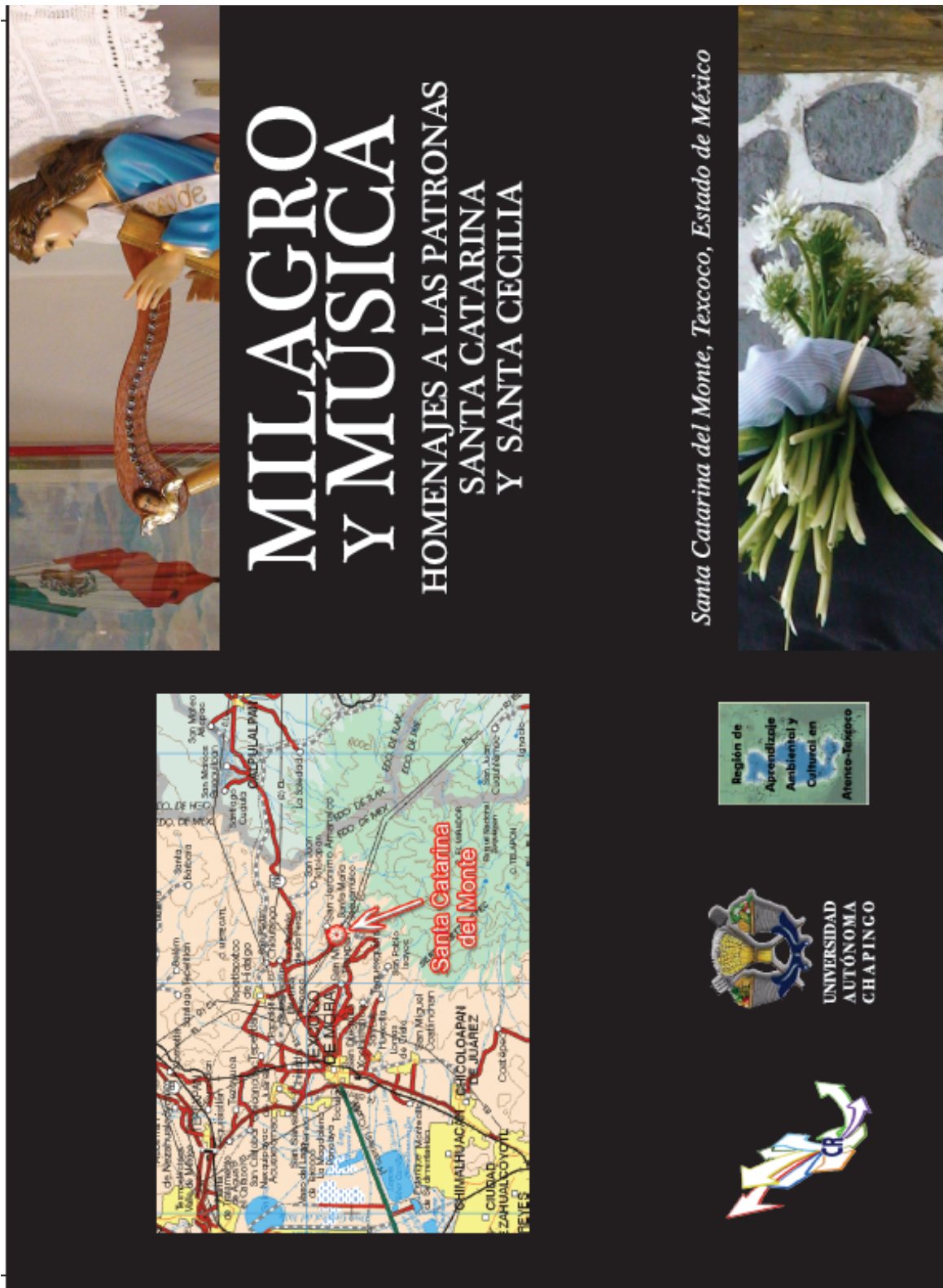


Imagen 19



"En el bosque es donde se vive, se siente la emoción de vida... se piensan muchas cosas."

Catalino Miranda



"Santa Catarinita es un soldado... ¿por qué tiene la espada? Es una reina que defiende nuestro pueblo."

Joaquín Clavijo

"Santa Catarina es para que viva yo... como los pajaritos, siempre regresan al nido."

Santiago Clavijo



"Hay niños que toman la música como un juego; me gustaría que los niños de Santa Catarina tomaran la música como entretenimiento."

Ignacio Cornejo





Las imágenes que se presentan en este video fueron grabadas gracias al amor que muchas familias de la comunidad (a través de generaciones) han profesado en la interpretación musical, en la atención a los recursos del monte y en la recreación postmítica de símbolos religiosos.

Los homenajes a Santa Cecilia y Santa Catarina se filmaron el 22 y 25 de noviembre del 2008, y las entrevistas del 30 de enero al 6 de febrero del 2009.

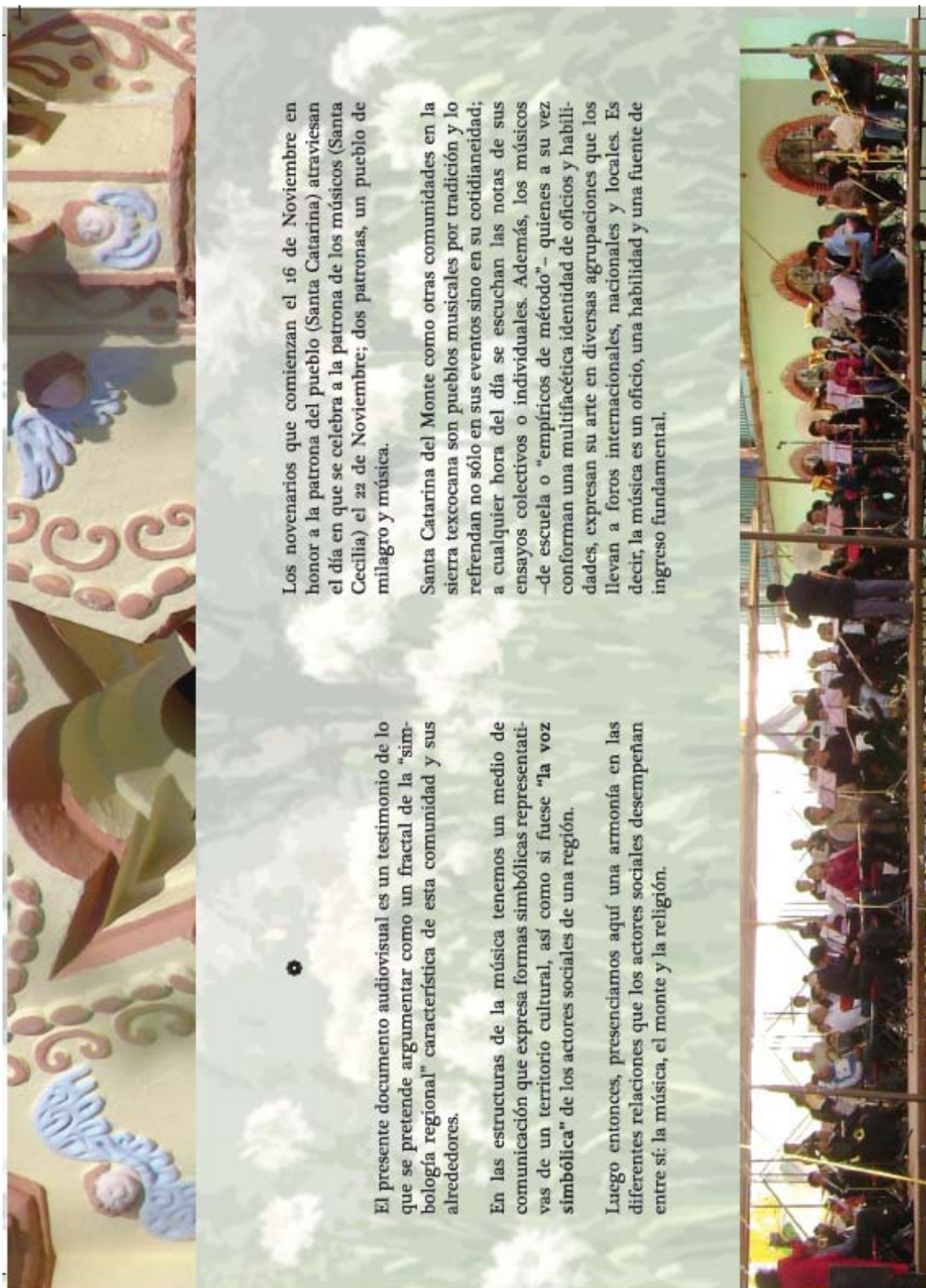
Éste es un trabajo que forma parte de un proyecto de investigación de tesis y por ello tiene un enfoque académico.

Los sonidos del monte y la estructura musical inspiran ideas, abstracciones del pensamiento y sensaciones de percepción; motivan la imaginación auditiva para desarrollar figuras mentales conocidas por la experiencia. Así, varias imágenes auditivas complementan el significado de una idea, entonces la razón le da forma a un concepto: "escucha la voz simbólica de una región".

Trascendiendo la creencia mítica, el milagro surge como símbolo regional, aunado a la música que lo eleva a proporciones de comunidad y espiritualidad en ventura del desarrollo de su ambiente y atmósfera rural.

Mayra Nieves Guevara, Cristóbal Santos Cervantes
y Milo Covelo Cortés

Imagen 21



Los novenarios que comienzan el 16 de Noviembre en honor a la patrona del pueblo (Santa Catarina) atraviesan el día en que se celebra a la patrona de los músicos (Santa Cecilia) el 22 de Noviembre; dos patronas, un pueblo de milagro y música.

Santa Catarina del Monte como otras comunidades en la sierra texcocana son pueblos musicales por tradición y lo refrendan no sólo en sus eventos sino en su cotidianeidad; a cualquier hora del día se escuchan las notas de sus ensayos colectivos o individuales. Además, los músicos –de escuela o “empíricos de método”– quienes a su vez conforman una multifacética identidad de oficios y habilidades, expresan su arte en diversas agrupaciones que los llevan a foros internacionales, nacionales y locales. Es decir, la música es un oficio, una habilidad y una fuente de ingreso fundamental.

El presente documento audiovisual es un testimonio de lo que se pretende argumentar como un fractal de la “simbología regional” característica de esta comunidad y sus alrededores.

En las estructuras de la música tenemos un medio de comunicación que expresa formas simbólicas representativas de un territorio cultural, así como si fuese “la voz simbólica” de los actores sociales de una región.

Luego entonces, presenciamos aquí una armonía en las diferentes relaciones que los actores sociales desempeñan entre sí: la música, el monte y la religión.

Imagen 22

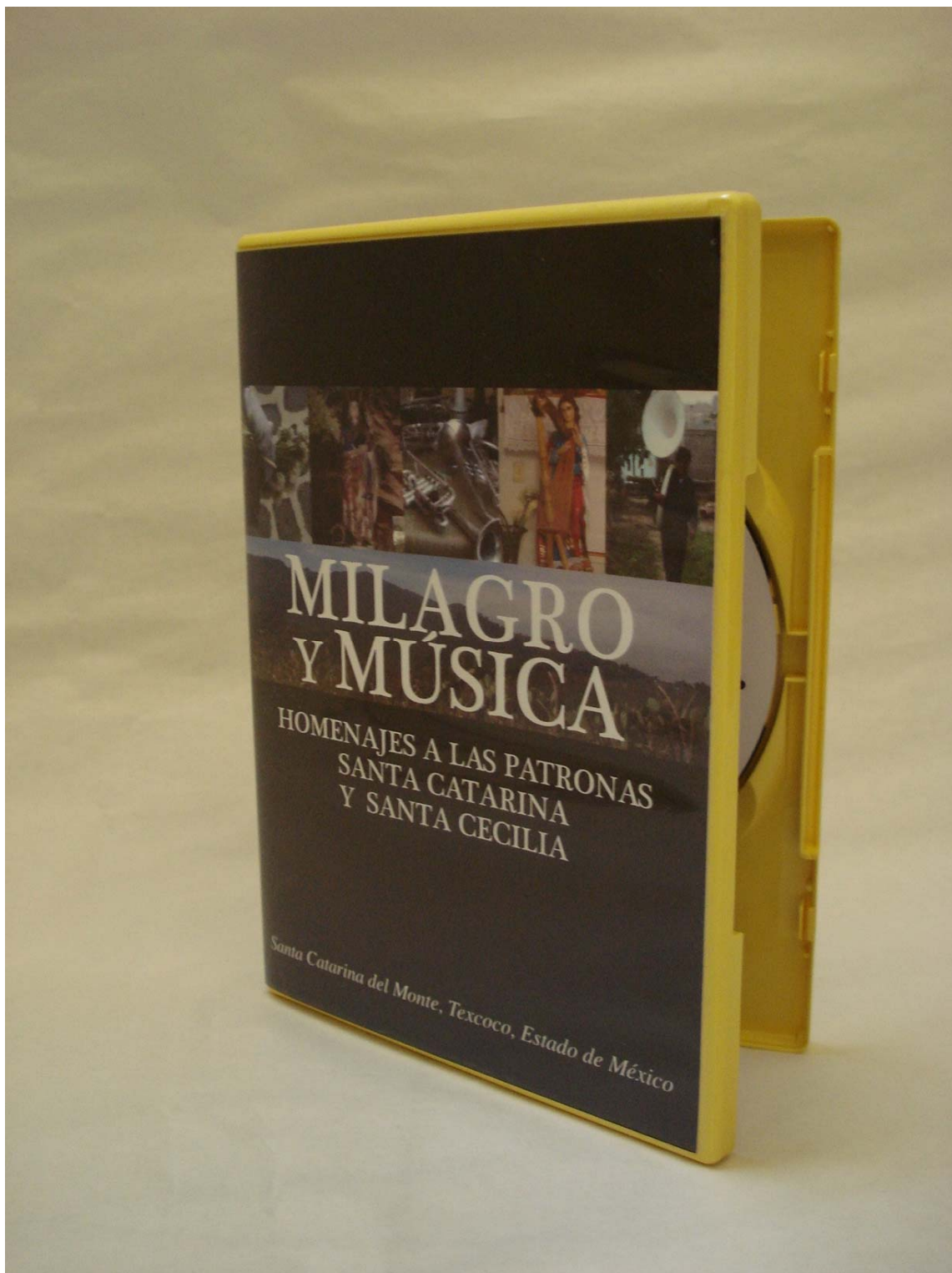


Imagen 23

La realidad del mito nahuatl del culto al agua y la energética correspondencia ritual de las notas musicales. Actualidad que venera el agua de todos los tiempos en un sembradío de milagro y música.

Duración: 52'13"

Agradecimientos:

Mujeres y hombres de Santa Catarina del Monte que hacen de su realidad flores de milagro y un corazón comunitario de música. Becas Nacionales. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT).

Edición: Luis Damián Sánchez
Fotografía de impresos: Mayra Nieves y Artemio Cruz
Diseño gráfico: Lourdes Albate
Imágenes y producción: Milo Covelo

Maestría en Ciencias en Desarrollo Rural Regional 2007-2009
Dirección General de Centros Regionales Universitarios
Universidad Autónoma Chapingo
Junio 2009

* Contiene folleto informativo al interior.







MILAGRO Y MÚSICA 2

APANTLI: VENERANDO AL SEMBRADÍO DE AGUA

Santa Catarina del Monte, Texcoco, Estado de México

MILAGRO Y MÚSICA 2 APANTLI: VENERANDO AL SEMBRADÍO DE AGUA

Imagen 24

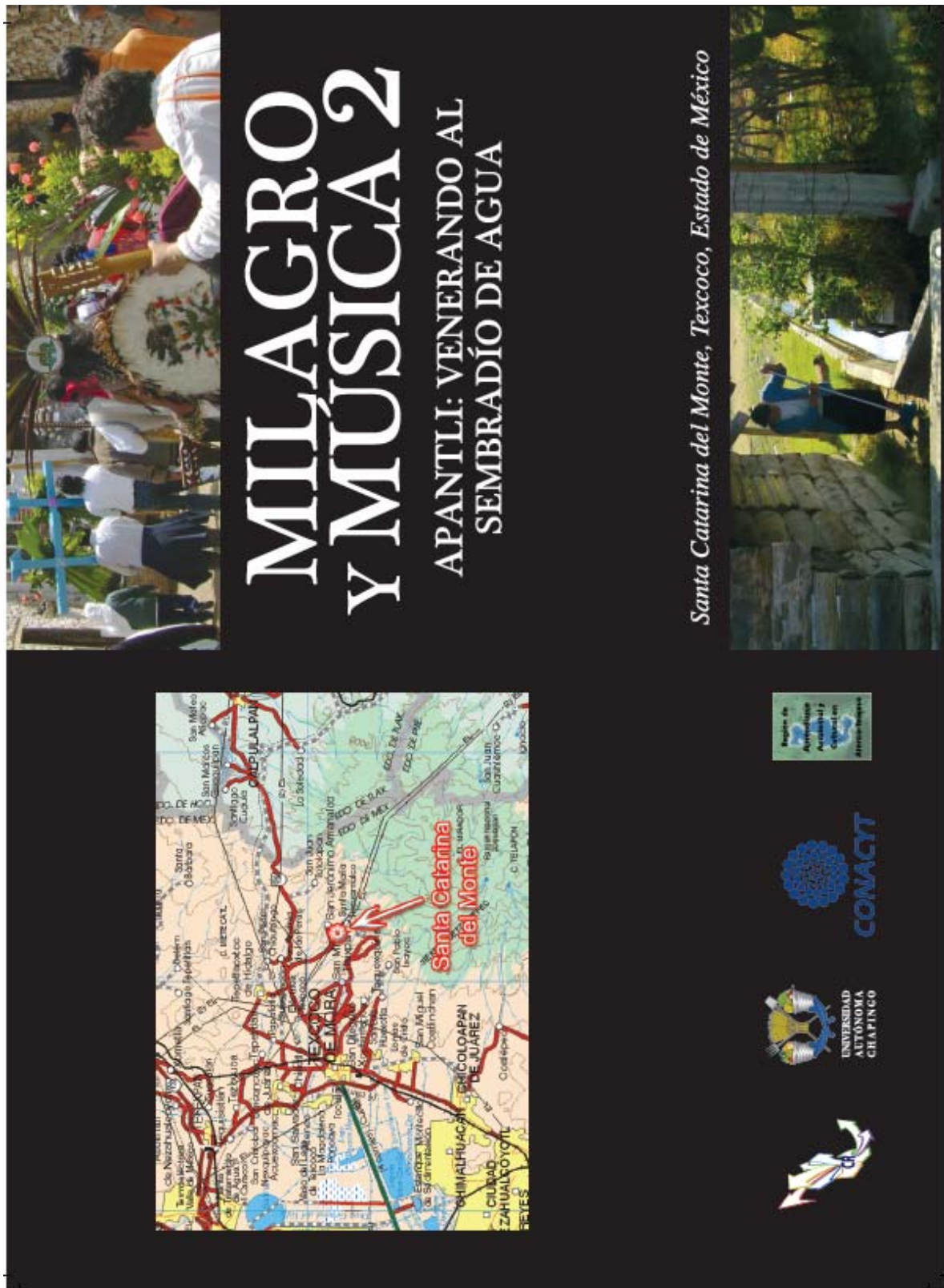
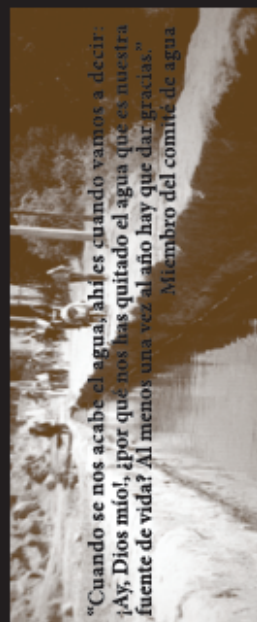


Imagen 25



Los símbolos de los actores sociales son soportes o vehículos cognoscitivos entre distintos planos de realidad; una simbología regional, donde cada actor social desde su dominio y arena realiza su propio mito, llegando a consolidar una realidad virtualmente simbólica en comunicación y cultura.

Milo Coveo Cortés



Este trabajo audiovisual actúa como la segunda parte de "Milagro y Música. Homenajes a las patronas Santa Catarina y Santa Cecilia". La razón es muy simple: se está venerando al sembrado de agua.



Apantli: acequia de agua para regar. *Atl*, agua, y *pantli*, hilera. Hilera de agua. (1). Vivenciamos la forma en que algunos habitantes de Santa Catarina del Monte honran con flores y melodías a los manantiales y pozos de agua que se encuentran en su demarcación territorial, reflexionando sobre la realidad del mito nahuatl del culto al agua y la enérgica correspondencia ritual de las notas musicales. Actualidad que venera el agua de todos los tiempos en un sembrado de milagro y música.

(1) Cabrera, Luis. *Diccionario de atequismos*. P.341997. Colofón, México.



El lunes 9 de marzo del 2009 se filmó "Milagro y Música 2, Apantli: venerando al sembradío de agua". Un documental que forma parte de una secuencia de video y audio para un proyecto de investigación de tesis; es por ello que tiene un enfoque contextual académico.

Es necesario adoptar un criterio de ambivalencia al interpretar una simbología regional de los actores sociales, y al posicionar esta simbología con fines de difusión mercantil. Tenemos aquí pues, imágenes y sonidos ensamblados que muestran una porción de creación y recreación sobre la simbología regional, misma que puede trasmutarse en una identidad corporativa, la cual funcione para promover servicios y productos regionales.

Estilo distintivo: individualidad del actor social.

Interacción social: caracterización grupal (familiares, voluntariado, religiosas, entretenimiento, mercantiles, etc.)

Símbolos comunicativo-culturales: beneficios o complicaciones identitarios entre el estilo distintivo y la interacción social.



Imagen 28

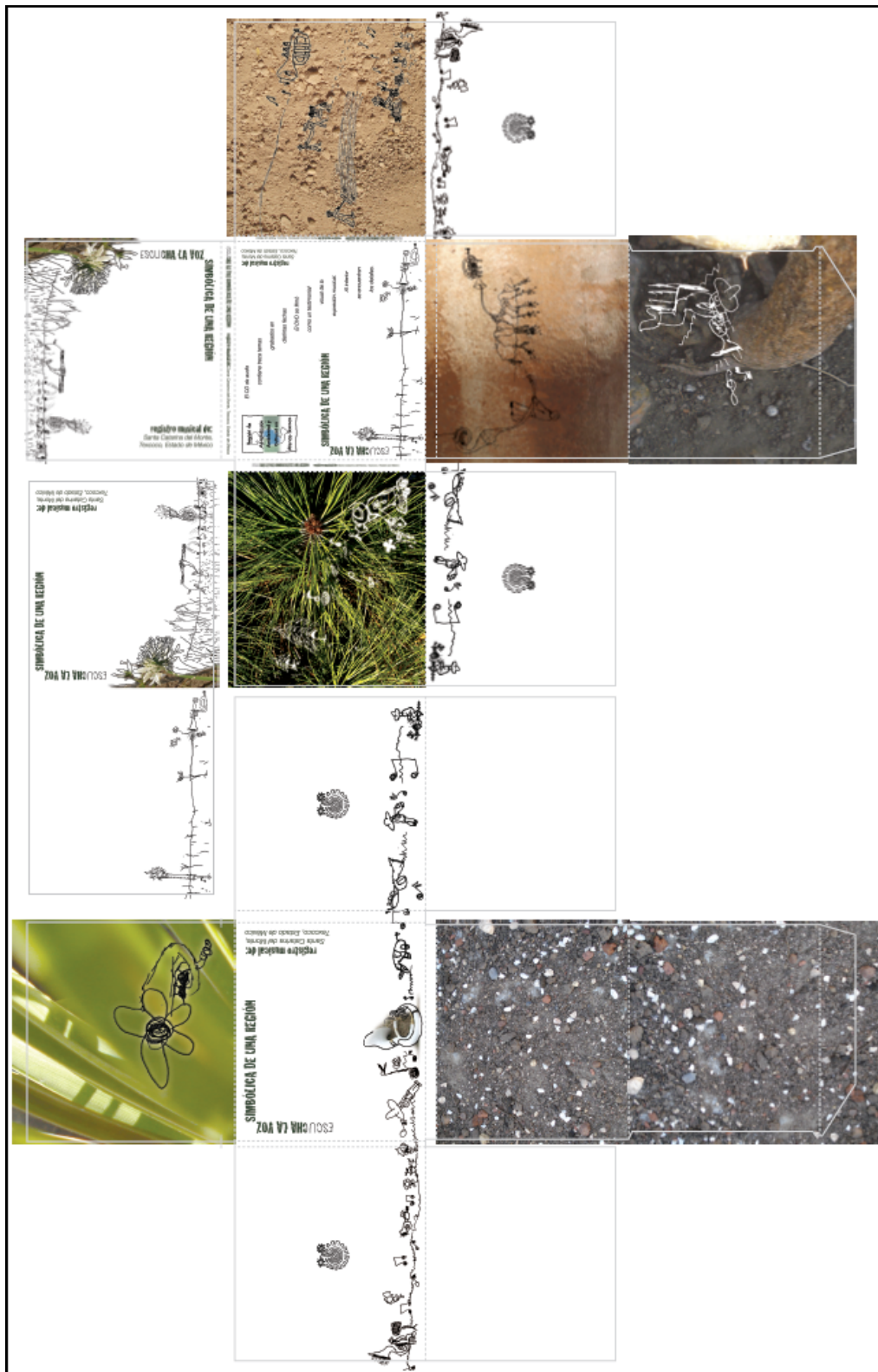


Imagen 29



Imagen 30



Imagen 31





POSICIONAMIENTO

Registro visual y auditivo de significantes en Atenco-Texcoco.

DE UNA SIMBOLOGÍA REGIONAL

Proyecto de investigación para la Maestría en Ciencias en Desarrollo Rural Regional de la Universidad Autónoma Chapingo 2007-2009. Chapingo, Estado de México, México.

Milo Corele Cortés
milo.corele@gmail.com





PARA LA DIFUSIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS




Los árboles grafados son
estructuras matemáticas de operadores
como individuos y de los actores sociales como
significantes. Aprender a explorar los límites del
humano... y los de la tierra.

Imagen 32