

# ESPACIOS DE COMUNICACIÓN INTERCULTURAL

Por Rico Lie.

Profesor del Departamento de comunicación de la Universidad Católica de Bruselas. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

## Resumen

En este documento se realiza una exploración tanto teórica como práctica de los denominados “espacios liminales y liminoides de comunicación intercultural”. Dicho tipo de espacios de comunicación son zonas en las que aparece el contacto intercultural in-between<sup>1</sup> del ámbito global y el local. En concreto, en este documento se analizan las zonas en calidad de:

- (a) espacios en un estado de coexistencia cultural.
- (b) espacios en un estado de negociación intercultural .
- (c) espacios en un estado de transformación intercultural (transculturalidad hibridizada)

Tomando la teoría de la liminalidad de Víctor Turner como punto de partida, se exploran los aspectos liminales y liminoides de la globalización y la localización de las identidades culturales, especialmente en las denominadas “ciudades globales”. Por ejemplo, algunos espacios de la comunicación intercultural en Bruselas se analizan de modo descriptivo. Al tratar sobre estos espacios públicos y privados, el documento se sirve de orientaciones interdisciplinarias teóricas en antropología social, estudios de comunicación, estudios culturales y geografía cultural.

## Introducción

"Todas las personas están en cierta medida, permanentemente en tránsito... No tanto '¿de dónde vienes?', sino '¿entre donde estás?' (La pregunta de identidad intercultural.)" James Clifford, 1992:109. La comunicación entre culturas (en todas sus manifestaciones) experimenta un crecimiento. Esta realidad es motivo de satisfacción, puesto que aprendemos y entramos en contacto con otras culturas. Conocemos sobre lo que antes nos era desconocido. Aprendemos a tolerar, aceptar, respetar y disfrutar de la diferencia. Adquirimos conocimientos sobre otros, pero también sobre nosotros mismos. Descubrimos que las cosas se pueden realizar de maneras distintas, que constituyen la forma más habitual de actuar para otros, igual que nosotros tenemos la nuestra. Amplía nuestras miras y es motivo de satisfacción. Sin embargo, el aumento de ritmo y de intensidad de los intercambios culturales entre habitantes también genera preocupación.

Existe el miedo de que esa diversidad tan rica se pierda. También se tenía miedo que el ámbito global acaparará al local y que la cultura se hará homogénea e

idéntica, casi sin excepciones. Aunque dicho miedo es real, también es cierto que otras personas dicen cosas como: "Sé que mi tierra natal será diferente cuando vuelva, que se habrá modernizado, pero siempre será mi tierra. Es el lugar donde crecí, ahí están mis raíces. Es allá donde me puedo comportar como soy realmente. De dónde vengo y donde pertenezco. El corazón de nuestra cultura." O, tal como se pone de manifiesto en la lectura con un enfoque inverso, de global a local, extraída de la Constitución de los Estados Federados de Micronesia: "Nuestras islas nos sostienen, nuestra nación-isla nos fortalece y nos expande. Cuando nuestros antepasados construyeron sus casas, no expulsaron a nadie de su hogar".

Los que seguimos aquí no deseamos cambiar de morada... Micronesia nació en los tiempos en que el hombre exploraba los mares en balsas y canoas. La nación de Micronesia surge en una era en la que el hombre viaja entre las estrellas; nuestro propio mundo es una isla..." (extracto del Preámbulo a la Constitución de los Estados Federados de Micronesia). Este viaje paradójico desde el ámbito local al global para retornar al local es el tema de este documento. Está escrito con un espíritu que fluctúa entre la alegría y la preocupación. Intenta explorar la teoría de los espacios específicos donde se produce una comunicación cada vez mayor de las culturas. El estudio sitúa la cultura entre el triángulo local-global-local. El presente escrito se ocupa de los "espacios de comunicación intercultural", en la medida en que éstos guardan relación con la globalización y localización de identidades.

Empezando por la teoría de Víctor Turner con los conceptos "liminal" y "liminoide" en las sociedades denominadas "tribales" y "modernas", el documento enlaza con un acercamiento a los espacios "postmodernos", en los cuales lo local coincide con lo global, y lo global con lo local en el juego y la liminalidad. Aspira a explorar las particularidades postmodernas de estos espacios en los procesos de globalización y localización de la cultura y la comunicación. Los "espacios liminales y liminoides de comunicación intercultural" en Bruselas y alrededores se toman como ejemplos de "experiencias vividas de modernidad global", como Tomlinson (1999:113) las denomina. Bruselas es oficialmente una ciudad bilingüe.

Espacio de comunicación y (no)-lugar en la globalidad y la localidad "(...) el espacio es un lugar practicado." Michel de Certeau, 1984:117 Ésta es una frase de cita frecuente de Michel de Certeau (publicada originalmente en francés en 1974) La cita prosigue "Así pues, la calle definida geométricamente por la planificación urbana, se transforma en espacio por medio de los transeúntes" (De Certeau, 1984:117) De un modo interpretativo, se resume la diferencia entre espacio (ruimte [en holandés] / espace [en francés]) y lugar (plaats [en holandés] / lieu [en francés]) Es decir, el espacio es un lugar vivido, de modo que, a través de la (inter)acción y la comunicación, los lugares se transforman en espacios de comunicación. Según De Certeau, los lugares son fijos y estables. Las fronteras de los lugares se han fijado y se pueden determinar de forma precisa.

Las fronteras de los espacios son flexibles y han sido construidas de una manera

simbólica e interpretativa (véase, p. ej., Cohen, 1985) Así, “caminar en la ciudad” (De Certeau, 1984:91-110) transforma el lugar en espacio. Por otra parte, “mirar la televisión en casa” también se puede ver, por ejemplo, como un lugar vivido o practicado. Ello no se explica únicamente porque el hogar es un escenario geográfico definido, sino también porque el texto de la televisión en sí, en palabras de De Certeau y en el contexto de un texto escrito "un lugar constituido por un sistema de signos (De Certeau, 1984:117)"— se transforma, mediante el acto de mirar, en espacio. Dichos espacios de comunicación creados, por el acto del consumo y la interpretación, pueden ser geográficos y físicos, o no físicos y no geográficos.

En este proceso, y en el contexto de las sociedades que pasan de la modernidad a la postmodernidad, los expertos en “geografía cultural y humana” están profundizando en el estudio de estos lugares vividos o practicados. Al seguir esta vía, topan con el concepto de “espacios” y encuentran puntos en común con otras disciplinas, como la antropología, los estudios culturales y de comunicación (véase más información sobre el tema, p. ej. Harvey, 1989; Massey & Jess, 1995; Morley & Robins, 1995; Tomlinson, 1999; Urry, 1995) La globalización y la localización están vinculadas a estos espacios de comunicación de varias maneras. Es en este tipo de espacios en los cuales lo global entra en contacto intercultural con lo local. La idea de Marc Augé del “no-lugar”, como concepto total y aplicado al contexto cultural global-local se aproxima a la idea que deseo transmitir con el concepto de “espacios de comunicación liminales y liminoides”.

Augé define los no lugares como se indica a continuación: "Si un lugar se puede definir como relacional, histórico y vinculado con una identidad; un espacio que no se puede definir como relacional, histórico o vinculado con una identidad se definiría como un no-lugar. (...) Un mundo en el que la gente nace en la clínica y muere en el transporte público, etc. muestran su nombre en francés y en holandés (flamenco). Cuando se haga referencia a dichos lugares, sólo se especificarán los nombres holandeses (flamencos) hospital, donde los puntos de tránsito y los domicilios temporales proliferan tanto en condiciones lujosas como inhumanas (cadenas de hoteles y casas de okupas, clubs de vacaciones y campos de refugiados, barriadas marginales...) .Un mundo en el que está surgiendo una densa red de transportes que también cumplen la función de espacios habitados; en el que los clientes asiduos de supermercados, máquinas recreativas y tarjetas de crédito se comunican sin palabras, mediante gestos, con un comercio abstracto, sin intermediarios. En resumen, un mundo rodeado de una individualidad solitaria, de lo pasajero, temporal y efímero, que ofrece al antropólogo (y a otros) un nuevo objeto " (Augé, 1995:78; también citado en Tomlinson, 1999:109) Ejemplos de estos “no lugares” “supermodernos” que cita Augé son: salas de embarque de los aeropuertos, supermercados, autopistas y estaciones de servicio, cajeros automáticos locales y trenes de alta velocidad (consulte también Tomlinson, 1999:108-113) Es exactamente en este tipo de espacios que lo global coincide con lo local en situación de desplazamiento y tránsito.

Los elementos culturales “desterritorializados” y “reterritorializados” conviven y

negocian la transformación en nuevas formas culturales híbridas. La historia cultural auténtica (en caso de existir) no parece tener gran relevancia en estos lugares practicados. Los lugares parecen vivirse de forma transitoria. La contribución de este texto a la idea de “no-lugar” se encuentra en el nivel de la teoría y pretende ser un análisis. En el nivel práctico, se ocupa principalmente del mismo tipo de espacios que Augé. Con el concepto de liminal/liminoide, pretendo hacer hincapié en el estatus de in-between de los espacios. Se encuentran en un punto intermedio entre lo global y lo local, hecho que guía las observaciones del analista cultural hacia formas/elementos culturales relevantes en estos espacios específicos. Estos espacios se denominan espacios de comunicación intercultural puesto que la atención se centra en la interacción (coexistencia, negociación y transformación) entre formas/elementos culturales.

Mediante esta percepción, estos no lugares se pueden estudiar como “zonas de encuentro de elementos globales y locales”. Parecen ser espacios/esferas en que lo global y lo local se transformarán en interacción. También se exponen algunas ideas al respecto en el libro de Rob Shields *Places on the Margin* (1991). Un ejemplo de un “no-lugar” o “zona liminal”, como Shields lo denomina, en un contexto global/local es Rodeo Street en Seúl (véase Shields, 1997). En esta breve etnografía, Shields describe el modo en que los elementos culturales globales y locales se viven de forma integrada en ese emplazamiento específico de Seúl. Se pueden encontrar numerosos espacios de este tipo en todo el mundo. Sin embargo, a menudo, no existen etnografías específicas de estos lugares. Por otra parte, Bhabha (1994) también trata el “espacio liminal” en relación con la “interculturalidad”. A diferencia de Shields, no parte de la teoría de la liminalidad de Víctor Turner, sino que toma la idea del espacio de in-between.

Bhabha utiliza la escalera como metáfora de la liminalidad: "La escalera como espacio liminal, in-between de las denominaciones de la identidad, se convierte en el proceso de la interacción simbólica, el tejido conectivo que construye la diferencia entre superior e inferior, negro y blanco. El acá y acullá de la escalera, el movimiento temporal y el pasaje que crea, evita que las identidades de cada uno de sus extremos se establezcan como polaridades primordiales. Este pasaje intersticial entre las identificaciones fijas crea una posibilidad de hibridez cultural que abriga una diferencia sin una jerarquía asumida o impuesta " (Bhabha, 1994:4) "...el reconocimiento teórico del espacio dividido del enunciado puede allanar el camino para conceptualizar una cultura internacional, que no esté basada en lo exótico del multiculturalismo o en la diversidad de las culturas, sino en la inscripción y articulación de la hibridez de la cultura. Con dicho fin, deberíamos recordar que es el prefijo “inter” el filo de la traducción y la negociación, el espacio de in-between—que soporta la carga del significado de la cultura " (Bhabha, 1994:38).

Antes de adentrarnos en un debate más exhaustivo de la relación entre interculturalidad, comunicación y espacio, profundicemos un poco más en la teoría de Turner de lo “liminal” y lo “liminoide”. ¿Qué son los espacios liminales y liminoides? En varias disciplinas, la cuestión de la “liminalidad” ha sido de nuevo

considerada como un concepto de interés en el estudio de las culturas en contacto y de aquellas en constante cambio. Este concepto se utilizaba antiguamente en el estudio más riguroso de los rituales, fundamentalmente rituales de transición y fue presentado, hace por lo menos un siglo, por el erudito belga Van Gennep (1909) en su libro *Les Rites de Passages*.

La "liminalidad" hace referencia a la fase intermedia de las tres fases que Van Gennep identifica en todos los ritos de paso. Las fases en sí son: (1) separación, (2) margen (o limen, palabra que en latín significa "umbral") (transición) y (3) reagregación (reintegración). En particular, con los ritos de iniciación (transición) (p. ej., iniciación de niño a hombre, el matrimonio o la muerte) estas fases se distinguen claramente. En la fase de la transformación, la persona no pertenece a la sociedad y no es un miembro de la estructura diaria normal. El individuo se ubica en un tiempo y un espacio sin definición social. La identidad de la persona o el grupo queda poco clara. Dicha posición tan liminal ofrece la posibilidad de reflexionar y realizar una crítica, o bien idealizar, o disponer de igualdad y estrecha camaradería. Este "estado del ser" o "calidad de la relación" es lo que Víctor Turner denomina *communitas* (Turner, 1969). Es en la liminalidad que surge la *communitas*. Turner imagina la estructura social como lo opuesto de *communitas* (Turner, 1974a:231), puesto que *communitas* existe fuera del tiempo estructurado. Turner define la "liminalidad" como: "potencialmente y en principio una región libre y experimental de la cultura, una región en la que no sólo se pueden introducir nuevos elementos, sino también nuevas reglas combinatorias" (Turner: 1982:28) "En la liminalidad, se prueban nuevos modos de actuar, nuevas combinaciones de símbolos, para aceptarlos o rechazarlos. ... La esencia del ritual es su multidimensionalidad, la multivocalidad de sus símbolos" (Turner, 1977:40) "...en la liminalidad las personas 'juegan' con los elementos de lo familiar y los defamiliarizan" (Turner, 1974b:60). La teoría simbólica comparativa de Turner de los fenómenos de ritual, liminalidad, liminal/liminoide en las sociedades "modernas" (tal como se deriva de su teoría de las sociedades tribales) está asociada con cinco conceptos: trabajo, ocio, juego, flujo, y *communitas*.

En este documento, no se realizará un análisis sistemático y exhaustivo de estos conceptos (para un análisis más profundo de estos conceptos, consulte, por ejemplo, Turner, 1974b; 1977), si bien considero necesario realizar unas explicaciones someras sobre estos conceptos. "Trabajo" y "ocio", a pesar de su complejidad, se piensan aquí como términos de sentido muy claro y no precisan explicaciones adicionales para los argumentos que deseo esgrimir en este informe. Si bien, cabe mencionar que Turner afirma, en más de una ocasión, que es precisamente en el ocio en las sociedades "modernas", donde podemos hallar la liminalidad (Turner, 1977:42). El tercer concepto de "juego" es un concepto central aquí y se puede definir como la capacidad de manejar de manera simultánea y subjuntiva más de una clasificación de la realidad (consulte Droogers, 1994:31). En obras posteriores de Turner, considera al juego como la esencia de la liminalidad (véase Droogers, 1994:31- 32). También podríamos afirmar que el juego liminal/liminoide podría asimismo definirse como la interacción que se produce en un espacio de transformación. Así pues, el "juego" es la

comunicación que reúne el cambio y el movimiento tanto socio-cultural como de otros tipos.

El cuarto concepto, el concepto de “flujo”, se aleja completamente de su uso en los estudios de comunicación internacional (consulte, p. ej., Mowlana, 1997) o de los estudios antropológicos transculturales contemporáneos (p. ej. Appadurai, 1996; Hannerz, 1992, 1996) En estos campos de estudio, el concepto hace referencia a un flujo de capital, mercancías, personas o ideas. En su lugar, Turner utiliza el concepto de flujo, en la línea de su compañero de estudio Mihali Csikszentmihalyi, como un “estado de experiencia”. Este “flujo de experiencia” cuenta con las siguientes cualidades:

- La fusión de la acción y la conciencia
- La concentración de la atención en un campo de estímulo limitado
- Una pérdida del ego
- Tener el control de las acciones y del entorno
- Contiene demandas coherentes y no contradictorias de acción
- Se define como autolectica, es decir, que no precisa de objetivos externos

Es precisamente en la liminalidad que se pueden encontrar estas cualidades de flujo. Communitas, el último concepto, ya tratado, está más estrictamente relacionado con el ritual y representa uno de los conceptos centrales mencionados anteriormente de Turner en su estudio de la liminalidad (consulte particularmente Turner, 1969). Se puede hallar en la situación temporal sin estructura social y se caracteriza por las relaciones individuales de igualdad.

Uno de los argumentos básicos en relación con estos cinco conceptos es que en las sociedades “modernas”, el “trabajo” y el “juego” han experimentado una separación, mientras que en las sociedades “tribales” permanecían unidos. En sus trabajos posteriores sobre la actuación se sigue la misma línea de pensamiento. Por ejemplo, el teatro (como una forma de juego), Turner lo considera como un momento de reflexión en el discurrir de la vida diaria (consulte, p. ej. Boudewijnse, 1994).

En lugar de centrarnos en la compleja teoría general de Turner que puede dar lugar a múltiples interpretaciones, me centraré en mis interpretaciones de las cuestiones específicas de los fenómenos liminal y liminoide y de las denominadas zonas de cultura liminales y liminoides. Turner (1977) utiliza el concepto de “liminoide”, en lugar de “liminal” para referirse a lo que define como las sociedades “postribales”. En nuestra jerga actual, denominaríamos a estas sociedades “modernas”. En mi opinión, “liminoide” también puede ser un término aplicable a las sociedades “postmodernas”. De hecho, podríamos criticar y poner en duda la distinción evolucionista entre las sociedades “tribales”, “modernas” y “postmodernas”. De todos modos, de acuerdo con Turner, el concepto “liminoide” es más actual que el concepto “liminal”. Turner utilizaba liminoide por analogía con ovoide, “con forma de huevo” y asteroide, “con forma de estrella” (consulte, por ejemplo Turner 1977:43) Así pues, liminoide significa como limen y limen es la

palabra latina que se traduce como umbral. Es semejante a lo liminal ritual, pero no idéntico.

Aparte de otras distinciones, entre los fenómenos liminales y liminoides, Turner describe una de las principales diferencias, como se indica a continuación:

- los fenómenos liminales tienden a ser colectivos, vinculados a ciclos y ritmos de calendario, meteorológicos, biológicos o socio-estructurales; o bien con crisis en los procesos sociales, ya sean resultantes de ajustes internos o de adaptaciones externas o catástrofes inesperadas (terremotos, invasiones, epidemias, etc.) Por este motivo, aparecen en los que puede denominarse “interrupciones naturales” en el flujo de los procesos socioculturales naturales.
- Los fenómenos liminoides, por otra parte, pueden ser colectivos (carnavales, espectáculos, eventos deportivos a gran escala, espectáculos folclóricos, teatro nacional, etc.) y como tales, a menudo derivan directamente de antecedentes liminales tribales, si bien suelen estar producidos y consumidos por individuos con una identidad conocida, aunque puedan, claro está, presentar efectos colectivos o e “masa”. No son cíclicos, sino que se generan de manera continua, aunque en tiempos y lugares tomados de los escenarios de trabajo en la esfera de 'ocio'.
- Los fenómenos liminales también se integran centralmente en el proceso social total, formando con el resto de aspectos una entidad completa
- Por otro lado, los fenómenos liminoides suelen desarrollarse externamente a los procesos políticos y económicos centrales, en sus márgenes, en sus interfaces, en sus “dimensiones tácitas” (aunque, posteriormente, las ideas y las imágenes liminoides podrían desplazarse desde estas periferias y cornisas hacia el centro) simismo y en contraposición a los fenómenos liminales, se definen como plurales, fragmentarios y experimentales” (Turner, 1977:44)
- Por otro lado, según Turner, los fenómenos liminoides tienden a ser más idiosincrásicos y peculiares, mientras que los liminales suelen tener un significado intelectual y emocional para todos los miembros de la comunidad eficaz más amplia.” (Turner, 1977:45)

### **(Fenómenos) liminales (fenómenos) liminoides**

. ¿Cuáles son las características centrales?

- La producción y el consumo son rítmicos, cíclicos y basados en el calendario
- La producción y el consumo son característicos y se generan continuamente integrados centralmente en los procesos sociales totales creados.
- Significado emocional e intelectual común
- Significado idiosincrásico y peculiar relativamente estables y repetitivos [(críticas) reversivas]

- Movimiento y cambio
- [ (Críticas radicales) subversivas] singulares, unidos (como un todo completo), tendencia general plurales, fragmentados y experimentales obligación- opción.

¿Cuáles son algunas de las características derivadas o relacionadas?

- Combinación de trabajo y juego
- Separación (estricta) de trabajo y juego

¿Dónde pueden encontrarse? (interpretación estricta de los escritos de Turner). Se pueden hallar en sociedades tradicionales, tribales (aunque no exclusivamente) se pueden hallar en sociedades posttribales, modernas y postmodernas (aunque no exclusivamente) se pueden encontrar en un ritual tribal (aunque no exclusivamente) se pueden encontrar en el ocio moderno (aunque no exclusivamente). Turner también hace referencia a las “zonas de cultura liminales y liminoides” (1977:45) Uno puede, como se ha indicado anteriormente, cuestionar el esquema evolucionista de Turner sobre el desarrollo de las sociedades de lo “tribal” a lo “moderno” y, por supuesto, Turner reconoce que los fenómenos liminales y liminoides pueden coexistir en todas las sociedades. Recalca que puede presenciar un proceso evolutivo en las sociedades complejas actuales desde lo liminal a lo liminoide; pero aún se pueden encontrar ejemplos de zonas liminales de cultura en nuestra sociedad postmoderna contemporánea. Se pueden hallar ejemplos de zonas liminales en: ritos de iniciación en los estudiantes de primer año, ceremonias funerarias, matrimonios, nacimientos, así como en fenómenos más cotidianos de la vida diaria como ir al supermercado, ver la televisión, usar el transporte público... Estos ritos no son, por supuesto, ritos de paso en el sentido original, aunque contienen elementos liminales. Aunque pertenecen a lo (post)moderno, son, por ejemplo, cíclicos y rítmicos. Están integrados centralmente en procesos sociales totales. Son claros, de tendencia general y hacen referencia al significado intelectual y emocional común. Podríamos llamar a estos fenómenos “rituales de la vida diaria” o bautizarlos como “liminalidad de la vida diaria”.

Además de estas zonas liminales, se pueden encontrar ejemplos concretos de zonas de cultura liminoides en la sociedad contemporánea en la esfera “fuera de la vida diaria”. Ejemplos de zonas y fenómenos liminoides son, por ejemplo: (visitar) zonas turísticas, (estar en) aeropuertos, (estar en) parques temáticos, (estar en) festivales de música, (estar en) un teatro, (estar de) vacaciones... Estas zonas se pueden ubicar fuera de los procesos sociales “habituales” y, en su mayoría, pertenecen al tiempo de ocio. El concepto de liminalidad de Turner se puede aplicar a todos los tipos de espacios (públicos) El propio Turner distingue entre el espacio social diario y el espacio liminal. Pero no profundiza en dicha distinción y no define claramente lo que incluye o excluye de los dos espacios (Turner, 1979:96). Mi interpretación de la distinción que realiza es que el espacio social diario, por definición, no dispone de cualidades liminales/liminoides. Esto significa que el espacio social diario de la percepción de Turner no coincide



totalmente con la definición de sentido común de la vida diaria. La vida diaria incluye la visita a espacios liminales/liminoides. Este aspecto ya lo hemos tratado anteriormente. El espacio social diario, percibido de este modo, incluye el “trabajo”. Por otra parte, el espacio liminal/liminoide, incluye el “juego” y el “ocio”. De hecho, yo realizaría la siguiente interpretación: los espacios liminales en la sociedad postmoderna actual se detectan en las actividades rutinarias diarias (rituales de la vida diaria) Los espacios liminoides, por otra parte, se encuentran en la liminalidad “fuera de la vida diaria”. Se generan continuamente, es decir, “siempre” están ahí y, por tanto, son opcionales.

### **Espacios liminales/liminoides de comunicación intercultural y conceptos relacionados**

Olvidemos por un momento los espacios liminales—ya volveremos a ellos más tarde—; nos centraremos ahora en los espacios liminoides interculturales específicos, mediante un enfoque de contexto global-local. El marco conceptual de Turner puede ser una herramienta analítica interesante para el estudio de todo tipo de espacios de comunicación, especialmente para los espacios que actúan como punto de encuentro de las culturas (espacios de comunicación intercultural) Estos espacios de contacto intercultural se caracterizan por un estado de liminalidad. En dichos espacios (liminal y liminoide), uno se encuentra entre culturas, entre niveles sociales que van de lo global a local. Uno se encuentra entre tiempos, y entre lugares, espacios, esferas y zonas. Estos espacios de liminalidad son, en sí mismos, los escenarios de las interacciones culturales entre imágenes, símbolos, arquitectura, diseños, ropa, gente, ideologías, poderes... Se trata de “espacios de comunicación intercultural” o “zonas de transculturas”.

En esas zonas, uno puede encontrar tanto: aquí y allí, pasado y presente, global y local. Estos espacios interculturales liminales y liminoides de comunicación incorporan asimismo aspectos de más de una única identidad. Esto es lo que convierte a las identidades en fragmentadas (véase Servaes, 1997) de un modo intercultural y en un sentido global-local. Así, una identidad intercultural se forma a partir de la comunicación entre fragmentos (formas/elementos culturales) que se halla en esas zonas de liminalidad. La diversidad vivida es la comunicación intercultural. Por lo que respecta a *communitas*, las características liminales derivadas de la presencia en este tipo de espacios de comunicación intercultural no deben, necesariamente, reforzar cuestiones como la coherencia, la solidaridad y los lazos de la comunidad, tal como se afirmaba originalmente en la concepción de Turner de la liminalidad tribal. Sin embargo, sí que proporciona un espacio para el diálogo y la crítica, más característico de lo liminoidal que de lo liminal.

Los elementos/formas culturales fragmentados (globales y locales) de los espacios liminales y liminoides hacen referencia a la localización y globalización de identidades individuales y colectivas. La comunicación intercultural forma la base de la globalización y localización de identidades (véase Lie & Servaes, 2000). La teoría da por supuesto que las personas buscan una estabilidad (social) y un equilibrio, en la oposición binaria “lo extraño” frente a “lo familiar”. Las zonas

liminoides, caracterizadas por la coexistencia cultural, la negociación cultural y la transformación cultural entre lo global y lo local crean un sentimiento de “alienación”. Esta idea de alienación ha sido tratada por muchos autores, con gran variedad de conceptos. Así pues, conozcamos primero algunos de estos conceptos asociados e intentemos relacionarlos con el concepto de “espacios liminales/liminoides de comunicación intercultural”. Los conceptos en sí únicamente se van a tratar de manera superficial. Otros autores han profundizado en este tema (p. ej. Tomlinson, 1999) En cierto sentido, estos “nuevos” conceptos sustituyen a los conceptos “antiguos”, como aculturación (imitación de los modelos culturales dominantes), asimilación, integración, adaptación e interculturización.

Zonas de contacto en los viajes y el turismo En primer lugar, existe la idea de “zonas de contacto” formulada en el estudio de viajes y turismo (p. ej. Clifford, 1992, 1997; Dahles, 1996) La esencia de los viajes y el turismo supone deslocalizar a las personas por un período de tiempo. La deslocalización es de naturaleza temporal. Clifford sugiere el uso del concepto peregrinaje—también utilizado y estudiado por Víctor Turner—que connota “culturas de viaje”. Prefiere el término peregrinaje porqueno tiene tantas connotaciones de clase y género como viaje. Por otra parte, dicho término deshace de forma elegante la oposición constitutiva: viajero/turista. Al hablar de sus ventajas, añade que sus significados “sagrados” suelen predominar (1992:110) Sobre el mismo tema del viaje y las zonas de contacto, Mary Louise Pratt, en su libro sobre la literatura de viajes y la expansión europea, define zonas de contacto en el contexto de los encuentros coloniales, como sigue: "...el espacio en el que los pueblos geográfica e históricamente separados entran en contacto y establecen relaciones continuas; que a menudo traen consigo situaciones de coerción, desigualdad radical y conflicto intratable.

Tomo prestado el término 'contacto' de su uso en la lingüística, donde el término lengua de contacto hace referencia a los lenguajes improvisados que surgen entre los hablantes de diferentes lenguas nativas que deben comunicarse entre sí de una manera coherente, normalmente por motivo comerciales. Dichas lenguas empiezan como pidgins (versiones incorrectas de una lengua) y se convierten en criollas cuando pasan a tener hablantes nativos propios. (...) La 'zona de contacto' es el intento de invocar la copresencia espacial y temporal de sujetos previamente separados por desuniones geográficas e históricas y cuyas trayectorias se cruzan en este momento " (Pratt, 1992:6-7) Las ideas de “zonas de contacto” desarrolladas por Pratt se aplican a espacios geográficos no fijos. No mantienen una relación de vínculo con un lugar.

Una característica del tratamiento de Clifford del viaje es el énfasis puesto en el movimiento en los estudios antropológicos desde un trabajo de campo etnográfico con vínculos geográficos a un trabajo de campo de no lugares y culturas de viaje. El hecho de que las culturas viajen implica que ya no se identifican como “entidades primitivas aisladas”. "La 'cultura' antropológica ya no es lo que era... debemos centrarnos en experiencias híbridas, cosmopolitas, tanto como en otras nativas y enraizadas " (Clifford, 1992:101) Clifford prosigue afirmando que “el

'cronotopo' de la cultura es tanto un punto de encuentros de viaje, como una residencia. Las raíces y las rutas siempre coexisten. Los espacios liminoides se consideran como "puntos de encuentros de viaje", pero no como lugares de residencia". Por otro lado, si bien concuerdo con el movimiento de lugar a espacio, los espacios liminoides, tal como se presentan en este documento, también disponen de fronteras geográficamente definidas. A pesar de ello, la dea de viaje se encuentra presente en estos espacios. En lo que concierne a la idea de transculturación, los espacios liminoides no se tratan como espacios locales que adoptan elementos externos de culturas foráneas. La mayoría de estos espacios liminoides locales constan de los denominados elementos extranjeros (globales) Se definen por su mezcla cultural y de formas interculturales en sus raíces. La localidad cultural auténtica no existe, ni existió nunca. Los emplazamientos a menudo se construyen de un modo intercultural, sin una consideración y reconocimiento histórico de las ubicaciones específicas (p. ej., aeropuertos, parques temáticos, centros comerciales, multicines, hoteles, estaciones de servicio, zonas industriales, puertos...) Estos espacios no son estáticos y evolucionan. A partir de la base intercultural de los cimientos, los elementos/formas culturales negocian hacia una forma híbrida aceptada mutuamente (severá más al respecto) Migración, diáspora, desplazamiento y multiculturalismo.

Otro campo de estudio relacionado con el contacto intercultural y la convivencia de culturas es el campo de la migración. La migración implica un mayor período de tiempo que los conceptos de viaje y turismo tratados anteriormente. La migración también supone un establecimiento más permanente de personas en otro espacio cultural. Se puede hablar de un cambio de residencia. Hay muchos términos que están asociados con la migración: refugiados, expatriados, trabajadores puntuales, comunidades exiliadas y de ultramar, etc. Asimismo, uno de los principales conceptos que se ha ido asociando cada vez más con la migración en los últimos dos años es la diáspora. Dicho concepto ha recibido una notable atención en diversas disciplinas, al producirse el giro hacia el estudio de la etnicidad.

William Safran (1991:83-84; citado en Clifford, 1997:284) define la diáspora del siguiente modo: "'comunidades de minorías expatriadas' (1) que se desplazan de un 'centro' original a, comomínimo, dos lugares 'periféricos'; (2) que mantienen una 'memoria, visión o mito sobre su tierra de origen'; (3) 'creen que no son—y que quizás no pueden ser—aceptados totalmente por el país que los acoge'; (4) que piensan en su casa ancestral como el lugar al que volverán tarde o temprano, cuando sea el momento apropiado; (5) que adquieren un compromiso con el mantenimiento o reconstrucción de esa tierra natal; y (6) cuya conciencia y solidaridad como grupo se 'definen de modo importante' por esta relación continua con su tierra natal " (Safran, 1991:83-84; citado en Clifford, 1997:284) Lo que parece faltar en la definición de Safran (también indicado por Clifford, 1997:285) es que las diásporas no siempre están orientadas a sus raíces en un lugar específico. Cada vez más, recrean una cultura en diversas ubicaciones.

"Así pues , el término diáspora es un significante, no únicamente de la transicionalidad y el movimiento, sino también de las luchas políticas para definir lo

local, como una comunidad distintiva, en contextos históricos de desplazamientos" (Clifford, 1997:287). El concepto de desplazamiento (y el de deslocalización), está intrínsecamente vinculado al de migración y diáspora. El propio Clifford ya había explorado aspectos del concepto en su libro *The Predicament of Culture* (1988) El desplazamiento denota la pérdida de raíces en la tierra y en la deslocalización de la cultura basada en un lugar. Hace referencia a una separación de lugar y cultura. Por último, en el contexto discutido anteriormente, también se debería hacer mención del concepto de multiculturalismo. El multiculturalismo, el cosmopolitanismo (Giddens, 1998:129 et seq) y la relacionada sociedad multicultural o nación cosmopolita ideal son objetivos sociales, pragmáticos que resultan de los discursos de los desplazamientos.

El multiculturalismo se utiliza principalmente en un discurso nacional. La relación de estos conceptos pragmáticos sociales con las ideas presentadas en los espacios liminales/liminoides es marginal, aunque, no del todo irrelevante. Los conceptos comentados parecen ser términos centrados en las personas y no en el espacio, lo cual explica que queden al margen del debate aquí planteado. En lugar de "desplazamiento", preferiría utilizar términos como desensamblaje o deslocalización. Estos conceptos están menos intrincados con el discurso de migración, diáspora y personas desplazándose. Giddens (1990:53) define el desensamblaje como el alejamiento de la actividad social de contextos localizados, la reorganización de relaciones sociales en amplias distancias de tiempo y espacio. Otro punto para destacar es el aspecto de no-residencia de los espacios liminales/liminoides.

A pesar de que los espacios liminales/liminoides se pueden definir y limitar geográficamente, están fundamentalmente constituidos por la comunicación y las interacciones, no por la residencia. Nadie vive en un parque temático o en un aeropuerto. Pero los lugares sí están relacionados con el discurso del desplazamiento y el multiculturalismo con el tema de fondo de la comunicación intercultural. Por ejemplo, lo importante en el tratamiento de los espacios liminales/liminoides de la comunicación es la noción de igualdad (en el multiculturalismo), el permiso social y la aceptación de la diversidad.

### **Territorialización, desterritorialización y reterritorialización**

Los conceptos de territorialización, desterritorialización y reterritorialización hacen referencia a la relación entre "tierras", "lugares", "zonas", "espacios"; en resumen ubicaciones y experiencias culturales vividas, en una palabra cultura. El uso de estos conceptos es diverso. Dichos términos se utilizan para fenómenos (ideas, objetos...), así como para grupos étnicos "desplazados" (pueblos), como los turcos en Berlín, los griegos en Melbourne... La territorialización implica una conexión estrecha entre la tierra y la cultura. Un ejemplo asombroso es el caso de los aborígenes australianos, con una conexión intrínseca (histórica) con su tierra. En general, el concepto está relacionado con la "cultura territorializada", idea que indica que existe un vínculo entre la cultura y la ubicación. Cuando esta cultura se separa de su ubicación "original", se suele hablar de desterritorialización. Abundan

los ejemplos de este tipo de procesos de desterritorialización, en todos los rincones del mundo. Un prototipo es McDonald's en Moscú que puede ser considerado, según Short y Kim, como una parte desterritorializada de la cultura americana en una ciudad postsocialista (véase Short & Kim, 1999:78) Tomlinson (1999:106-149) también explora aspectos de la desterritorialización.

Entre otras cosas, indica que una de las cuestiones de una experiencia mundana de desterritorialización es "el alejamiento de la localidad" (Tomlinson, 1999:119) y afirma que "una característica definitoria central de la desterritorialización es el debilitamiento o disolución de la conexión entre la cultura vivida diaria y la ubicación territorial" (Tomlinson, 1999:128) Por último, la reterritorialización se debe considerar en relación con la territorialización y la desterritorialización. La introducción de dicho concepto es bastante reciente. La reterritorialización está relacionada con lo que Clifford describió—al hablar sobre la diáspora—como: un proceso de recreación de la cultura en nuevas y diversas ubicaciones. Pero el concepto no sólo incluye las culturas de los pueblos, sino también las culturas materiales y las culturas informativas o representativas.

Short y Kim (1999) describen el concepto del siguiente modo: "Proponemos un nuevo concepto de reterritorialización para describir el proceso en el que las culturas desterritorializadas toman sus raíces en lugares distantes de sus orígenes y ubicaciones tradicionales. La reterritorialización de una cultura comprende una serie de procesos que van desde la difusión desde su origen a través de las fronteras (espaciales, temporales y culturales) al establecimiento en un nuevo lugar, en una nueva forma. Las culturas reterritorializadas no se transportan simplemente, se transforman. Los restaurantes McDonald's en Japón venden el Teriyaki McBurger, salsicha con salsa teriyaki (McDonald's Corporation, 1998)" (Short & Kim, 1999:78) Las formas/elementos culturales en los espacios liminales/liminoides se pueden considerar como formas culturales desterritorializadas. Pero, en el estudio del proceso de reterritorialización de estas formas, tenemos que tener en cuenta que el hecho de que las formas culturales se desterritorialicen originariamente no siempre tiene relevancia para las experiencias vividas de los elementos de espacio y del espacio en su totalidad. Debemos tener especial cuidado y no poner excesivo énfasis en este aspecto de reterritorialización de las formas culturales. Las personas a veces desconocen la situación o simplemente no les importa. Se limitan a vivirla. Por ejemplo, no todo el mundo sabe que los productos Ikea no proceden de Suecia, que el café irlandés es un invento del dueño de un bar de Nueva York, que Heineken es una marca y no una denominación de cerveza dorada y que es de origen holandés y no alemán. El vínculo territorializado entre las "nuevas" formas transformadas y su base de formación cultural (nacional) "original" es una información que no siempre se ofrece.

En el caso de lugares como, "El pub irlandés", "La heladería italiana", "El restaurante griego" y "El café cubano", parece bastante claro, pero, en los ejemplos anteriores y en otros casos, el vínculo no siempre se observa tan claramente. ¿Por ejemplo, McDonald's se asocia únicamente o fundamentalmente

con la cultura americana? En el centro de relevancia se encuentra el hecho de que la “nueva” forma cultural, el “nuevo” espacio cultural en sí es importante. El espacio se sitúa en el aquí y el ahora. Esto no implica, por descontado, que estas formas de cultura son antihistóricas y sin raíces. Pero existen en el aquí y el ahora, en su forma postmoderna vivida. Para concluir, añadiremos que el concepto ofrece muchas posibilidades para el analista cultural y se presenta como una herramienta conceptual muy potente en el estudio de la comunicación intercultural.

### **Variaciones conceptuales sobre frontera y conceptos de Latinoamérica**

Aparte de su uso general en la teoría de la migración, los estudios que utilizan conceptos como fronteras, límites, tierras fronterizas, zonas fronterizas y también frentes culturales y fronteras se asocian a menudo con trabajos latinoamericanos (véase para el uso de “frentes culturales”: Lull (1998) sobre el trabajo del erudito mexicano Jorge González) Asimismo, la frontera México-EE.UU. y las ciudades fronterizas Juárez- El Paso (Vila, 1999) y especialmente Tijuana se suelen citar al hablar de los aspectos difusos de las tierras fronterizas (véase García Canclini, 1995; Hannerz, 1997; Lull, 1998; Vila, 1999) .Es precisamente la idea de tierras, zonas, o frentes que nos resulta de interés. "...'tierra fronteriza' ha sugerido algo intermedio, una zona de contacto, un área en la que las discontinuidades aparecen un poco borrosas " (Hannerz, 1997:540), y "¿Cuáles son esas zonas? Empiezan con el cuerpo (salud, alimentos) Incluyen áreas de socialización (educación, religión), consumo (tiempo de ocio, productos culturales), expresión (las artes) y la comunicación (medios) Las principales cuestiones sociológicas como la etnicidad, raza, género y sexualidad se analizan en términos de zonas " (Lull, 1998:414) .

También es en este contexto que, en ocasiones, se ha realizado la comparación con la teoría de la liminalidad de Turner (p. ej. Hannerz, 1997:541; Henderson, 1995:5) Mestizaje, criollización, transculturación y “culturas híbridas” (hibridez/hibridización) son otros cuatro conceptos relevantes que se originan en América Latina (incluyendo el Caribe) Mestizaje es un concepto latinoamericano de uso muy extendido. Originariamente, describía el legado histórico resultado de la fusión española e india, pero dicho concepto ha ampliado su alcance. "El reconocimiento del mestizaje que América Latina representa no se refiere a algo que ocurrió en el pasado, sino a lo que somos en la actualidad. Mestizaje no es tan sólo una característica racial, sino la explicación de nuestra existencia, la telaraña de tiempos y lugares, memorias e imaginación que, hasta nuestros días, ha sido expresada adecuadamente sólo desde un punto de vista literario" (Martín-Barbero, 1993:188) Así pues, aunque ha ampliado su alcance en América Latina, no se ha convertido en un término global o anglo-americano. Ha permanecido confinado dentro de las fronteras latinoamericanas. La criollización, transculturación e hibridez sobrepasan las fronteras latinoamericanas, tal como veremos en el próximo apartado. Si bien, originariamente, también se puede relacionar el origen de estos términos con la “otra” América.

La criollización se originó en el Caribe y Sabine Hofmann (1997) la describe del

siguiente modo: "Si bien al principio definía a los individuos—tanto blancos, como negros—que nacieron en las colonias de América, el término 'criollo' se utilizó posteriormente para calificar a las lenguas que surgían del contacto entre europeos y africanos en el contexto sociocultural de las plantaciones. Posteriormente, el término pasó del campo puramente lingüístico al ámbito cultural y definió, tal como define el escritor jamaicano Brathwaite un "proceso cultural que tiene lugar en un período continuado de espacio y tiempo " (Brathwaite, 1974:4) (...) Inicialmente, la criollización se produjo entre los colonizadores ingleses y los esclavos africanos. Poco después aparecieron las 'criollizaciones laterales', cuando trabajadores de Asia empezaron a tomar parte en procesos de confluencia cultural" (Hofmann, 1997:74).

La transculturación también tiene un origen caribeño (cubano). El término fue acuñado por el sociólogo cubano Fernando Ortiz en la década de 1940. "Los etnógrafos han utilizado este término para describir de qué modo los grupos subordinados o marginales seleccionan e inventan a partir de materiales que se les transmiten desde una cultura dominante o metropolitana " (Pratt, 1992:6) Por último, *Hybrid culture* es el título del conocido libro de Néstor García Canclini (1995). Lo que resulta interesante del trabajo de García Canclini—y así también en el de Martín-Barbero—es que no destaca la mezcla de personas (p. ej., las identidades de frontera en Tijuana), sino la fusión de todo tipo de formas culturales, como: cultura callejera, arte, televisión... En su búsqueda por comprender las formas culturales híbridas, García Canclini también vuelve a establecer vínculos con los conceptos ya mencionados de desterritorialización y reterritorialización. (Para consultar críticas y comentarios sobre las "culturas híbridas" de García Canclini, consulte, por ejemplo: Lull, 1998; Schlesinger & Morris, 1997; Tomlinson, 1999.)

Para terminar concluiremos que muchos de los conceptos latinoamericanos, parecen haberse originado de una mezcla racial y transformado en una mezcla cultural. La importancia de estos conceptos en el debate que presentamos se tratará en la próxima sección. Hibridización, criollización, "scapes", cosmopolitanismo, "géneros difusos", interjuego cultural... Hay dos artículos básicos que se podrían considerar responsables de la globalización (uso global) de los conceptos de hibridización y criollización. El primero es el artículo escrito por Nederveen Pieterse titulado *Globalisation as Hybridisation* (1994) y el segundo es el artículo de Ulf Hannerz *The World in Creolization* (1987) a hibridización hace referencia a un proceso similar al de criollización. A partir de la definición de Rowe y Schelling sobre la hibridización: "las maneras en que las formas se separan de prácticas existentes y se recombinan con nuevas formas en nuevas prácticas " (Rowe & Schelling, 1991:231), Nederveen Pieterse utiliza el concepto en el sentido que existe un proceso global en el cual los elementos culturales se mezclan en una amalgama de culturas. Hannerz (1987) y su trabajo posterior (1992, 1996) trata un proceso similar de mezcla cultural, que resulta de "... un tráfico intercontinental en el significado " (Hannerz, 1987:547) La criollización presenta raíces latinoamericanas (caribeñas) (véase anteriormente), pero ha sido extraída de ese contexto tantas veces que ha empezado a desarrollar una vida sin raíces.

Un tema central de estudio en la creación de estos conceptos es el flujo de las personas, ideas y productos en todas las fronteras culturales. Especialmente, el estudio del flujo transnacional de información hace referencia al campo de la comunicación internacional.

Ya he hablado de estos procesos de hibridización y criollización con anterioridad (Lie, 1997a, b) Incidiendo en la idea de los flujos globales, Arjun Appadurai hace hincapié en las desuniones entre los diferentes flujos de influencia cultural. Las cinco dimensiones diferentes del flujo cultural global que identifica son:

- A. ethnoscapas (paisajes etnográficos)
- B. mediascapas (paisajes mediáticos)
- C. technoscapas (paisajes tecnológicos)
- D. financescapas (paisajes financieros),
- E. ideoscapas (paisajes de ideas)

"El sufijo scape nos permite centrarnos en las formas irregulares, fluidas de estos paisajes (landscapes), formas que caracterizan el capital internacional de una manera tan significativa como los estilos de moda internacional. Así, estos paisajes son un bloque para la construcción de lo que me gustaría denominar (en la línea de Benedict Anderson) mundos imaginados, es decir, los mundos múltiples que están constituidos por imaginaciones con ubicación histórica de personas y grupos repartidos por todo el mundo" Appadurai, 1996:33) Por ello, aunque el objeto central del estudio es el flujo cultural internacional, los paisajes (land)scapes de Appadurai también parecen presentar la idea de zonas, espacios o esferas. Por último, el cosmopolitanismo parece ser una cualidad de los seres humanos, más que un proceso de grupo o una calidad de grupo. Hannerz (1992:252-255) enfoca este concepto con las siguientes cualidades: (1) tener la voluntad de relacionarse con el Otro, y, (2) tener competencia intercultural para comunicarse con el Otro. Estudia una apertura hacia el mundo. También parece ser un concepto bastante elitista, propio de las clases sociales más altas que pueden permitirse viajar mucho.

Los diplomáticos y los hombres de negocios internacionales son, por ejemplo, prototipos de personas cosmopolitas. Se les considera ciudadanos del mundo. Tomlinson, en un intento de ir más allá del aura de élite del concepto, emplea las posibilidades del concepto de cosmopolitanismo en su capítulo de *Globalization and Culture* (1999:181-207) Dentro del concepto del cosmopolitanismo, resalta las posibilidades de "varias formas y fuentes de conciencia global, de apertura al mundo, de movilidad, de hibridez..." (Tomlinson, 1999:205), pero también nos advierte que "Nada garantiza la creación de una solidaridad cosmopolita en las incertidumbres de la modernidad global" (Tomlinson, 1999:207) Los géneros difusos (Geertz, 1973), interjuego cultural, mezcla cultural, bricolaje cultural, mestizo, mulato, glocalización (Robertson, 1995), pluralismo, sincretismo, universalismo... Parece que nos estamos quedando sin conceptos para denominar lo mismo. Pero, al igual que con los conceptos latinoamericanos, lo más interesante ante para el debate planteado es



la idea de una mezcla cultural a través de un proceso de encuentro y negociación. La mezcla o se produce sólo entre culturas, sino también en lo que hemos calificado como lo global y lo local, o los procesos de globalización cultural y localización cultural. Por otra parte, esta mezcla cultural suele producirse, como ya hemos visto, en esferas con fronteras, zonas caracterizadas por el concepto de in-between, tierras fronterizas o, según la teoría de liminalidad de Turner y dentro del campo de los estudios de comunicación antropológica: “espacios liminales/liminoides de comunicación intercultural”. La cuestión que queda sin esponder es: "¿Qué pasa exactamente en estos espacios de comunicación?"

### **Espacios de comunicación y estados de liminalidad intercultural**

La mayoría de estos conceptos que analizan el contacto y la fusión cultural en espacios específicos son (1) enfoques individuales y (2) se centran en relaciones de personas y sólo tratan de manera tangencial las relaciones personas-productos y personasinformación. Presupongo que el segundo punto no precisa de explicaciones adicionales. Queda claro que la mayoría de los conceptos teorizan sobre personas, no productos básicos, ni comida, información, ideologías, etc. En relación con el primer punto, la mayoría de las teorías/conceptos que se ocupan de la realidad intercultural del desplazamiento,<sup>18</sup> desterritorialización, etc., también parten de una perspectiva individual. Teorizan sobre cómo los seres humanos—que pertenecen a un grupo cultural/étnico— quedan desplazados o

Espacios de comunicación y estados de liminalidad intercultural fundamentalmente a través de la migración y el viaje. Este enfoque individual es legítimo, pero excluye el valor añadido del conjunto.

En un enfoque más colectivo o incluso mejor, un enfoque más completo,—para evitar la oposición de lo individual frente a lo colectivo—del estudio del espacio y el contacto intercultural, el espacio liminal/liminoide también se convierte en tema de estudio y no sólo en la percepción de la gente del espacio. Por tanto, hay dos áreas de estudio que deben considerarse: (a) los espacios liminales/liminoides de comunicación en sí mismos (el enfoque completo), y, (b) la presencia en dichos espacios de comunicación liminales/liminoides (el enfoque individual o centrado en las personas) En esencia, el estudio completo de un espacio hace referencia a su formación espacial. ¿Qué elementos culturales pueden distinguirse? ¿Cómo negocian en el espacio y lo transforman? En este enfoque, las personas son sólo uno de los elementos culturales presentes. El estudio individual se ocupa de un elemento en relación con otros, en este caso, la gente.

El enfoque entrado en las personas se ocupa de la problemática de “estar en esos espacios”. En este sentido es un estudio interpretado del espacio. En ambos tipos de estudios de los espacios liminales/liminoides de la comunicación, pero especialmente en el estudio completo de los elementos culturales, me gustaría hacer una distinción entre diferentes estados de liminalidad. Con fines analíticos, se realiza una distinción entre:

- 1.El estado de coexistencia cultural

- 2.El estado de negociación intercultural
- 3.El estado de transformación intercultural hacia la transculturalidad hibridizada

En el primer estado, el estado de coexistencia cultural, el espacio liminal/liminoide simplemente demuestra elementos de diferentes culturas. Estos elementos se presentan uno junto a otro. El estado se marca con la co-presencia de islas culturales bastante aisladas. Se puede mostrar una forma pasiva de comunicación entre los elementos globales, locales y de in-between; pero no se produce una interacción orientada al cambio significativa, ni una negociación. La cuestión que se debería plantear el analista cultural sería: "¿Qué formas/elementos culturales podrían distinguirse en el espacio liminal/liminoide de comunicación?" Es decir, se busca comunicar actores/elementos; sean éstos actores personas, mobiliario urbano, publicidad viaria, tiendas, alimentos, productos básicos, mensajes de los medios, imágenes o cualquier otro elemento que esté presente. La idea presente aquí es la de una desterritorialización o desplazamiento básico. Se produce poca interacción entre los distintos elementos culturales desterritorializados. Puede que se produzca una reterritorialización individual de los elementos por separado, pero no se produce demasiada negociación entre los elementos. Hay una forma estática de hibridez.

En el estado de negociación intercultural, sí que existe una forma activa de interacción entre los elementos del espacio. Esta interacción se puede definir como la negociación hacia una forma dinámica y participativa de hibridez. En el espacio de comunicación se reduce un movimiento hacia el diálogo, la aceptación y el respeto mutuo y, por tanto, se pueden identificar aspectos de este movimiento. La cuestión que debería plantearse el analista cultural sería: "¿De qué forma negocian entre sí los elementos/formas culturales diferentes para establecer una forma dinámica y participativa de hibridez?" La reterritorialización en este estado ya no es individual, sino que se torna negociable, es negociable o ya está en estado de negociación.

En el tercer estado, el estado de transformación intercultural, el espacio en sí se transforma en un estado de culturalidad hibridizada.<sup>3</sup> El espacio se transforma en un espacio híbrido negociado participativo, de formas y elementos culturales. Es un estado de igualdad, incluso un estado de *communitas*. Sin embargo, este tipo de *communitas* transcultural hibridizado se caracteriza por diferencias integradas y vividas. En lugar de poner énfasis en las similitudes—que era el caso en la conceptualización original de Turner de *communitas* y también era el caso de los puntos de vista tradicionales del concepto de cultura (véase Welsch, 1999)—, en el estado de transculturalidad hibridizada; los diferentes elementos culturales han pasado a ser conocidos, aceptados, compartidos y vividos por los diferentes grupos culturales. La fusión ha formado una nueva cultura. En el otro extremo, un estado de transculturalidad homogeneizada es innegociable y, por tanto, inexistente. Dicho estado implicaría que todos los espacios liminales/liminoides de comunicación evolucionarían hacia un mismo espacio final cultural. En este caso extremo de transculturalidad homogeneizada, la experiencia vivida de centros

comerciales, parques temáticos, supermercados, etcétera, será la misma en todo el mundo. Los programas de televisión serán interpretados con los mismos modelos en todas partes. Estar en China town en Sydney no sería muy diferente de estar en China town en Londres, Bruselas o Singapur. Ser el tren en Australia, Indonesia o Suecia sería una experiencia homogeneizada. Estos casos tan extremos de “transculturalidad homogeneizada” no existen. Las personas pertenecen a culturas diferentes en todas partes.

En este contexto de la diferencia entre la formación espacial en sí y estar, interpretar o vivir las formaciones espaciales, puede quedar claro que los elementos de producción pueden tener la misma apariencia (las formaciones espaciales en todo el mundo tienen características similares), pero los elementos de consumo no tienen el mismo aspecto. El consumo varía en función de la diferencia cultural. En el estado de transculturalidad hibridizado resulta difícil formular la(s) pregunta(s) relevantes para el analista cultural. La idea no es sólo que disponemos de un “nuevo” territorializado espacio cultural. También contamos con un “nuevo” espacio cultural muy conocido, compartido y aceptado. El diálogo intercultural ya no se considera como “entre” culturas. Ya no podemos hablar de “nuestra” cultura y “su” cultura. Especialmente en las formaciones espaciales interculturales de alimentos, se pueden hallar muchos ejemplos: la transculturalidad hibridizada del uso de las patatas (originariamente de América Latina), el uso del arroz (históricamente asociado con Asia) y la pasta/fideos (históricamente asociada). El prefijo “trans” en “transculturalidad” se utiliza en este caso como se utiliza en “transformación”. Hace referencia a un cambio en la formación. No se utiliza con el sentido de “transmisión”, tal como lo aplicaba Marie Louise Pratt (tal como se indicaba anteriormente al hablar del concepto de “transculturización”, cuando se refería a la adopción de elementos culturales extranjeros).

Para obtener más información sobre el concepto de “transculturalidad”, tomo como referencia a Welsch (1999), que trata el concepto en contraste con la “interculturalidad” y la “multiculturalidad”. “Hibridizado” se utiliza, por supuesto, en su “nuevo” significado global. También se podría haber bautizado como “transculturalidad criollizada”. La “criollización” y la “hibridización” se consideran intercambiables, pero, históricamente, la “criollización” ha sido estudiada en mayor profundidad que la “hibridización” (véase: Ashcroft, Griffiths & Tiffin, 1998) 20 con Italia/China) Otro ejemplo es el uso de pimienta negra en muchos platos (originariamente de Asia). Veanse más ejemplos en [Pulse aquí](#)

Las representaciones de estos ejemplos de comida se pueden hallar en las formaciones espaciales geográficas de los mercados y supermercados. También se da otro ejemplo de transculturalidad hibridizada en el espacio intercultural de los idiomas. Criollo y pidgin son ejemplos evidentes, pero, incluso en el uso de otros idiomas, las personas no buscan el origen etimológico de las palabras. Tan sólo las utilizan para la comunicación. Muchas palabras de varios idiomas distintos se han convertido en conocimiento cultural común, sin la carga de las connotaciones culturales históricas. Estos estados tratados en la liminalidad

cultural (coexistencia, negociación y transformación) pueden ser fases en un sentido cronológico, pero no tienen por qué serlo. Uno puede entrar en un estado de negociación sin tener que pasar por una fase significativa de coexistencia. De hecho, muchos espacios liminoides se construyen en un estado de negociación.

Estos tres estados también se pueden considerar un período continuado de tiempo, que va desde la no-negociación (coexistencia) a la negociación ideal (transculturalidad hibridizada). Espacios de comunicación intercultural en las denominadas “ciudades globales” se pueden hallar diferentes tipos de estos espacios de comunicación intercultural en los diferentes estados de liminalidad. En el ámbito de los estudios urbanos, el debate sobre las denominadas “ciudades globales” ha sido muy activo. En 1997, Smith reformuló su definición de 10 años antes: "Las ciudades globales se caracterizan por ser ubicaciones de redes de flujos de capital, personas y cultura que conectan lugares dispersos de todo el mundo" (Smith, 1997:55) Prosigue afirmando que desde su definición original, el concepto ha pasado a ser una descripción económica de tres lugares: Nueva York, Londres y Tokyo, y Los Angeles, incluido a veces por añadidura.

Estos debates sobre la definición de las “ciudades globales ” se asientan sobretodo en consideraciones económicas. Si bien, resulta imposible excluir la determinación económica, también se puede optar por un enfoque más cultural a la hora de definir “ciudades globales”. La definición original abierta de Smith, especialmente en relación con el flujo de personas y cultura, parece tener más relevancia en un enfoque cultural que el enfoque de lista económica cerrada. En un enfoque cultural, tenemos que tener en cuenta que la globalidad de una ciudad no sólo depende del flujo descendente de personas y productos culturales, sino también de las interpretaciones de globalidad de las personas que habitan en la denominada “ciudad global”. Así, una ciudad global se puede definir mediante los siguientes elementos:

- Presencia de un número importante de “extranjeros” (inmigrantes, turistas, hombres de negocios internacionales, estudiantes de intercambio internacional...) En este sentido, es equivalente al concepto de “ciudad multicultural”
- El flujo intercultural diario de productos culturales y publicidad
- Las tendencias con perspectiva hacia el exterior de las personas “locales”.

Después de haber analizado brevemente la idea de la “ciudad global”, ilustraré la división coexistencia-negociación-transformación ofreciendo dos ejemplos geográficos de espacios de comunicación intercultural en la “ciudad global” de Bruselas. El primer ejemplo hace referencia a una realidad de coexistencia y el segundo a una realidad de negociación.

EJEMPLO 1. Espacio de comunicación intercultural en un estado de coexistencia  
Las identidades se labran en los “escenarios”, pero en estos “escenarios”, o desde estos “escenarios”, se ven influenciadas tanto por fenómenos locales (directos, cercanos) como por fenómenos (indirectos, “a distancia”) (véase Giddens, 1990)

Un ejemplo de ese espacio de comunicación intercultural en Bruselas donde puede encontrar esta articulación de identidades “mezcladas” es el área Beurs, con el edificio Beurs que se erige delante del Anspachlaan (Het Beursplein) En este lugar, se pueden encontrar los siguientes elementos culturales primarios:

- Le Cirio (Café)
- Hotel-café "Matignon"
- Restaurante indio "Maharani"
- Grand Café
- Pizza Hut
- McDonald's
- Hotel Central (inutilizado, se ha convertido en el símbolo de todos los “cánceres de la ciudad” y de la deterioración general de Bruselas. Está situado en la parte superior del McDonald's)
- China Town (la cabeza de China Town)
- ASLK (banco)
- El pub irlandés "O'Reilly's"
- Ici Paris XL (perfumes libres de impuestos)
- El restaurante chino "Cité de l'Empereur"
- Fallstaff (un café Art Nouveau)
- Un quiosco (diarios y revistas)
- Una oficina de billetes MIVB (transporte público)
- La Bolsa newspaper stand /ticket office MIVB
- Quiosco/venta de billetes de MIVB

Cada uno de estos elementos culturales precisa un estudio propio. Resultaría interesante estudiar la reterritorialización individual de los elementos de este escenario específico. De algunos elementos se puede, por ejemplo, encontrar el origen nacional. McDonald's y Pizza Hut se pueden considerar formas culturales americano(-italianas) reterritorializadas. La territorialización del restaurante chino y China Town tiene su origen en China, el pub irlandés en Irlanda, el restaurante indio en India, Ici Paris XL y el Grand Café en Francia/Bélgica. Fallstaff y Le Cirio son originarias de Bruselas.

Por muy interesante que la realización de estos estudios individuales resultara, el hecho es que estas formas son formas diferenciadas y la interacción entre las formas es limitada. Ici Paris XL está ubicado al lado del restaurante chino y Pizza Hut al lado de McDonald's. No existe mucha negociación entre los diferentes elementos del espacio en sí. Por supuesto, la totalidad del espacio es multicultural o multiterritorial. Por tanto, estar en este espacio es una experiencia global local, pero los elementos permanecen bastante estáticos entre sí. Este es precisamente el significado que se le quiere dar al estado de coexistencia cultural. El espacio en sí mismo está ubicado en un punto estratégico del centro de la ciudad, hecho que atrae los elementos hacia este espacio. Por tanto, este espacio liminoide se puede caracterizar por estar en un estado de coexistencia cultural. Si realizáramos un estudio centrado en las personas, es decir, si nos centráramos en las interpretaciones de las personas que viven el espacio, se podría identificar una

negociación. cuando las personas pasan de un elemento a otro o pasan al lado de los elementos—citando a De Certeau—transforman el lugar en espacio. Como tal, es un lugar de tránsito. No sólo porque el Anspachlaan (el eje norte-sur de la ciudad) lo atraviesa, sino también en un sentido interpretativo global-local. Lo global y lo local se negocia en el sentido que las personas encuentran y viven elementos globales y locales.

Uno puede mirar un partido de la liga de fútbol inglesa en la televisión en el pub irlandés, comprar perfume francés, comerse una Big Mac, una pan pizza, comida india, china o comida “local” (flamenca) waterzooi (pollo y también pescado, cocinado con una salsa cremosa) y Vlaamse karbonades (buey a la brasa con cebollas, ormalmente cocinado con cerveza) en Fallstaff y tomar una copa local (Bruselas), como un half half (mitad vino blanco, mitad champán) o una kriek (cerveza con sabor a cereza) en Le Cirio. Precisamente debido a estos aspectos de viajes y tránsito, el espacio no sólo tiene cualidades liminoides, también las puede tener liminales. Puesto que el lugar se utiliza como un espacio de tránsito diario, no sólo se sitúa en los márgenes de la sociedad, también puede integrarse centralmente. Uno podría decir muchas más cosas sobre este espacio, como: ¿Y las vidas locales de los empleados? ¿Y el lenguaje de comunicación en el pub irlandés? ¿y en otros lugares? ¿Y la publicidad en la calle, el mobiliario urbano, etc...?

EJEMPLO 2. Espacio de comunicación intercultural en un estado de negociación. El ejemplo de no doméstico, no-lugar que Tomlinson utiliza para ilustrar aspectos de “desterritorialización” es “ir a una sala multicines 'fuera de la ciudad' ” (Tomlinson, 1999:118-119). Bruselas también dispone de un espacio de este tipo. Se denomina Kinopolis, que aporta al lugar una experiencia reterritorializada aún más extraña que la proporcionada por Tomlinson. En el lugar, no sólo encontramos Kinopolis, sino también Mini Europe (un parque con 300 modelos y ubicaciones con una escala de 1:25), Océande (una piscina cubierta y descubierta subtropical de 6.500 metros cuadrados) y el área comercial colindante del Village of Bruparck. En las proximidades del Village podemos encontrar Atomium (construido para la Feria Mundial de 1958), el “estadio de fútbol de Heysel” y las grandes salas de exposiciones. Kinopolis proporciona una experiencia de flujo de aeropuerto. Dispone de un pasillo central con salidas laterales que van a los distintos cines. En total, cuenta con 25 películas y 7.584 asientos.

“Business cass” se encuentra en Imax, con una pantalla de 20m x 30m que es la mayor de Europa (al menos, ellos así lo afirman) Es particularmente en el Village que uno puede hablar de un estado de negociación. Parece almente una aldea. Tiene una plaza y una calle principal. Es precisamente esta formación de arquitectura que desea crear la sociedad folclórica de Redfield o Gemeinschaft de Tönnies (el tipo ideal de local y comunidad rural y no urbano) Aunque el lugar (formación de arquitectura) se puede asociar con Gemeinschaft, el lugar (lugar practicado) parece mostrar aspectos de Gesellschaft, como la centralidad del comercio y las acciones aisladas y la situación de tensión frente a los otros. En el Village hay aspectos reconstruidos de la antigua ciudad de Bruselas, pero también

desea—como el propio nombre sugiere—ofrecer un flujo de experiencia de un centro de ciudad rural “auténtico” flamenco/de Bruselas, con casas de ladrillo rojo tradicionales.

Lo que realmente existe en esta supuesta aldea es una variedad global de restaurantes y pubs que ofrecen comida italiana, asiática, mexicana, belga, etc. Pizza Hut y Quick también están presentes. Cuando yo estuve ahí (25 de julio de 1999), se había organizado un evento en la plaza principal. Se podía montar en toro, ordeñar vacas, montar ponys y también había atuendo de cowboy, una exposición de rifles y lanzamiento de herraduras. ¿Por qué está este lugar en estado de negociación? 1- Se trata de un espacio nuevo, construido (abrió en 1988) Al igual que Disneyland (véase Gottdiener, 1995:99-118; Zukin, 1995:49-78), el espacio ha sido diseñado para un objetivo específico. Todo el espacio ha sido construido con el fin de ofrecer una esfera específica de entretenimiento. Resulta, de hecho, un espacio especialmente creado para el consumo, visual, pero también oral. Además, pero en menor medida, también se pueden comprar bisutería y pequeños recuerdos (de todo el mundo) en puestos ambulantes. A diferencia de los centros comerciales, este lugar ha sido diseñado principalmente para el consumo visual y oral y para el entretenimiento general. El espacio total es como un mercado con mucha actividad en el que uno puede consumir el espacio, las personas, la comida y las bebidas. Se llega por tanto a la conclusión que la cultura en general y lo global y lo local en particular también se diseñan en negociación. 2- A partir del hecho de que este lugar es un lugar construido, posee bastante menos historia cultural local que el lugar del ejemplo . Es un nuevo espacio y como tal, proporciona un terreno más neutral para la negociación cultural. La historia hallada en este espacio se reinventa. 3- Los elementos culturales que están presentes interactúan entre sí de un modo más activo que en el ejemplo 1. Por ejemplo, la publicidad viaria de cervezas locales en los edificios de ladrillo rojo no tiene sus formas originales, pero su aspecto y color son bastante similares.

Puede tomar un cóctel en un asiento real el Orient Express o cantar karaoke en un edificio auténtico de Bruselas. Junto a la entrada principal del Village, los niños montan en el "Western Train" (tren occidental) presidido por la bandera. Asimismo, se pueden comer pitas y perritos calientes en otro edificio de Bruselas “auténtico”. En el edificio está izada la bandera europea y se ve una señal de bienvenida que reza: "Aloha". La idea del espacio en negociación no implica necesariamente que los elementos culturales se modifican y desarrollan como resultado de esta negociación. Pueden permanecer inalterables y estáticos durante largos períodos de tiempo. Pero, en algún momento, el espacio total se considerará pasado, antiguo y no propio de este tiempo. Se puede establecer la misma comparación con las películas y las series de televisión de hace unos 20 años. Si las mira de nuevo, todas las cosas, desde las conversaciones a los muebles o las ropas están muy pasadas de moda.

Cuando sucede lo mismo en un espacio de comunicación, el espacio tiene que encontrar un nuevo estado de negociación. Lo que de hecho ha cambiado son las

interpretaciones de las personas sobre ese espacio en particular. Es la experiencia vivida de ese espacio lo que ha cambiado y no el espacio en sí mismo. Así pues, cuando el espacio en sí está en un estado de negociación, significa que muchos de los elementos culturales presentados en el lugar comunican de una manera activa, pero estática. El hecho de que el espacio esté en un estado de negociación permite diferentes interpretaciones. Si el espacio estuviera en un estado de coexistencia, habría menos posibilidades de interpretaciones híbridas. De este modo, este tipo de espacios liminales/liminoides de comunicación alcanzan un nivel superior de negociación que el espacio tratado en el primer ejemplo. Por otra parte, en este ejemplo se podrían decir muchas más cosas sobre el espacio específico.

También se puede encontrar negociación, por ejemplo, en Mini Eurpe, que alberga la torre Eifel y la torre de Pisa en el mismo emplazamiento. En el ejemplo 1, también encontramos los elementos uno junto a otro; si bien a través de la reducción de la altura, los elementos se igualan, lo cual es una forma de negociación. Cuando la negociación tiene como resultado la transformación real, podemos hablar de entrar en el estado de transculturalidad hybridizada. El supermercado se acerca mucho a un espacio de transculturalidad hybridizada, como veremos más adelante, cuando hable del supermercado como un espacio liminal "cotidiano" de la comunicación intercultural. Por el momento, baste con decir que la transculturalidad hybridizada es más un estado ideal que un estado de interculturalidad vivida. Además de haber tratado los diferentes estados de liminalidad, los ejemplos presentados anteriormente también muestran la diversidad de formas culturales que pueden poseer los espacios liminoides.

En su diversidad, también supone una experiencia vivida diversificada de hibridez. Estas situaciones experimentadas híbridas implican que las situaciones en sí son temporales y de un modo singular, lineal y monovocal, no definidas. Se modifican a través de las experiencias vividas y son, por tanto, híbridas, tanto en espacio, como en tiempo. No son globales, ni locales, están en un punto intermedio. Este estado de estar in-between no es principalmente un estado relacionado a escala nacional. Busco otro estado intermedio, distinto al estado basado en niveles de sociedad, que van de lo global a lo local y cuyo centro es lo nacional (véase Lie, 1997b) La búsqueda aquí hace referencia a un estado diagonal, no en relación con flujos verticales (descendentes y ascendentes) de poder, personas, mercancías, ideas e interpretaciones; ni en relación con los niveles horizontales de la sociedad; sino en clara referencia a los procesos diagonales de globalizar y localizar las identidades.

Estos procesos son diagonales, al atravesar los procesos de flujos verticales ascendentes y descendentes y los nivel de sociedad horizontales, como el nivel global, el nivel nacional y el nivel local. A largo plazo, estas situaciones liminoides pueden, como Turner ya sugirió, integrarse en el sistema social total y ser aceptadas como pertenecientes a la tendencia general, que, en este caso, se transforma en lo no-liminoide. Esto también implicaría que habríamos conseguido elementos de la sociedad multicultural ideal. Pero, a diferencia de la situación



actual, ésta no sería la misma definición. Ello es debido a que la situación se ha convertido en un espacio aceptado públicamente de comunicación. Es coherente, en lugar de fragmentado. Quizás, en algunos casos, ya podríamos hablar de dicho nuevo estado. Quizás algunos lo aplicarían a los ejemplos anteriores. Sin embargo, lo principal es que, de manera consciente o inconsciente, a través de la comunicación, las identidades (culturales) se modifican en estos espacios liminoides. Espacios liminales/liminoides de comunicación intercultural y tiempos.

Hasta el momento, en este documento nos hemos centrado principalmente en un enfoque completo en el estudio de los espacios de comunicación intercultural. De manera secundaria, hemos abordado un enfoque individual, centrado de las personas, del estudio de la presencia en dichos espacios de comunicación intercultural. Para poder centrarnos en dicho enfoque centrado en las personas, parece necesario introducir la dicotomía “vidadiaria” frente a “vida no diaria” y explorar el concepto del tiempo en relación con el espacio liminal/liminoide.

En el contexto de la vida en la “ciudad global”, podríamos realizar la distinción entre experiencias liminales de la “vida diaria” y experiencias liminoides “fuera de la vida diaria”. Las experiencias de la “vida diaria” son experiencias bastante cotidianas con un carácter de repetición o incluso de ritual. Las experiencias “fuera de la vida” tienen un carácter mucho menos repetitivo y se sitúan en el mundo no rutinario de la vida. Un enfoque centrado en las personas, los espacios liminales/liminoides también son espacios (anónimos) de consumo. Espacios en los que no vive casi nadie, pero en los que las personas se comunican y, por tanto, consumen. Lo que la gente realmente hace en estas zonas es consumir representaciones y este consumo es, en gran parte, consumo visual. El consumo parece ser un tema clave en un estudio centrado en las personas de ese tipo de espacios (véase, p. ej. Corrigan, 1997; Miller, 1995; Urry, 1995).

Este consumo de espacio y de elementos de espacio también se puede relacionar con el tiempo. Con fines analíticos, deseo distinguir entre tres tipos de tiempos distintos:

- 1. Tiempo de ocio
- 2. Tiempo de trabajo
- 3. Tiempo de in-between.

Sin intención de subestimar el trabajo realizado por los académicos en la relación entre el trabajo y el ocio y sin desestimar tampoco las diferencias culturales en relación con el trabajo y el ocio, los dos términos tiempo de ocio y tiempo de trabajo se utilizan como tiempos directos y claros. Hacen referencia al modo en que la gente define los tiempos de trabajo y ocio. El tiempo de in-between puede ser el tiempo entre el trabajo y el ocio, pero no lo es sólo por definición. Es el tiempo entre dos actividades, experiencias, sentimientos o estados de ánimo. Una de las características de estas actividades y experiencias es que son actividades centradas en la vida. Uno podría comparar la distinción entre “centrado en la vida” y “no centrado en la vida” con la distinción entre las “cuestiones” (primarias,

básicas, o del propio centro) frente a “cuestiones laterales” (relevancia secundaria, irrelevancia, trivialidades) Por ejemplo, el tiempo de in-between hace referencia al tiempo que se precisa para ir desde el espacio denominado “casa” al espacio denominado “trabajo”. Incluso durante el transcurso del viaje, podríamos hablar de un período de in-between. A menudo, el tiempo de viaje suele definir al tiempo del viaje en sí, y aquí no se incluye el tiempo de in-between que se precisa para ir desde el trabajo a la estación de tren y desde la estación de tren a casa. Se pone de relevancia aquí que este tipo de tiempo de in-between es muy importante en el proceso de globalización y localización de identidades.

Es precisamente en este tiempo de “espacio público” que uno se ve expuesto a la publicidad viaria, al mobiliario urbano y a otros aspectos infraestructurales, arquitecturra global y local, personas de otras culturas y otros elementos con los que se topará en el camino. El tiempo de in-between no sólo se da en los viajes rutinarios de cada día. También puede encontrarse en otras áreas. “Esperar” y “preparar” son, por ejemplo, conceptos asociados con el tiempo de in-between. Asimismo, podemos encontrar tiempo de in-between por todas partes, en el “trabajo”, al igual que en el “ocio” y, en lo que Turner denominada “juego”. Ya debería haber quedado claro “estar en espacios liminales/liminoides de comunicación intercultural” a menudo está directamente asociado con el tiempo de in-between. Si bien, de nuevo, éste no es el caso por definición. “Estar en el espacio liminoide” también puede ocupar tiempo de ocio.

Para ilustrar las complejas relaciones entre “vida diaria”, “fuera de la vida diaria”, tiempo de trabajo, tiempo de ocio, tiempo de in-between y espacios liminales/liminoides de comunicación intercultural, he seleccionado seis espacios a modo de ejemplos adicionales: Tres están situados fuera de la vida diaria y los otros tres en la vida diaria. Los tres espacios “fuera de la vida diaria” de comunicación intercultural son:

- Centros de interés turístico
- Aeropuertos
- Tiendas (de compras) en el centro de las ciudades en lo que llamamos “ciudades globales”

Los tres espacios de vida diaria de la comunicación intercultural son:

- Transporte público,
- Supermercados
- Ver programas de televisión en casa.

Para la mayoría de las personas, el turismo es ocio. Así que, visitar sitios turísticos es una actividad y una experiencia de ocio.

La visita a los aeropuertos se puede relacionar con el turismo, pero no únicamente. Los hombres de negocios, asistentes a conferencias de la esfera pública y privada, por ejemplo, personas que visitan a su familia, también invierten

tiempo y ocupan espacio en los aeropuertos. Por eso, la estancia en los aeropuertos se puede situar en la esfera de ocio o en la de trabajo. Pero, el tiempo pasado en el aeropuerto se califica de in-between. Incluso en mayor medida que acudir a lugares turísticos, la visita a los aeropuertos es una experiencia liminal. Implica estar en un espacio de transición y de tiempo en el mismo momento. Uno está entre un área geográfica y otra y, lo que es más, está entre culturas diferentes. Estar en las calles de centro de la ciudad de las llamadas “ciudades globales” puede ser una actividad de ocio, así como una actividad de tiempo de in-between.

Cuando los vecinos locales experimentan el espacio como un espacio de tránsito para ir a almorzar (durante el tiempo de trabajo), conviven” como un área comercial, o lo utilizan simplemente como un espacio para pasar de un espacio (casa) a otro espacio (de un amigo); 29 estar en el espacio liminoide ocupa el tiempo de in-between. El espacio se experimenta localmente por los vecinos locales de una manera más enraizada. Sin embargo, la misma área también puede destinarse a tiempo de ocio. Este hecho resulta evidente cuando los que no son vecinos locales consideran el espacio como un lugar turístico. Estos últimos viven una experiencia en una localidad extranjera, diferente. Esta experiencia procede de las señales de la calle, del mobiliario urbano, de las tiendas, de los puestos de venta de alimentos, de la manera cómo la gente viste, camina, vigila a sus hijos, etc. En este caso, podríamos hablar de una “experiencia global de lo local”. Al mismo tiempo, lo mismo podría aplicarse a los vecinos del lugar.

Hablamos entonces de “ocio local” y de “experiencia local de lo global”. El énfasis puesto en los elementos variaría. En este caso, esta experiencia local viene dada fundamentalmente por la presencia de señales globales, publicidad global e incluso del sentimiento cosmopolita de estar en las calles céntricas de una ciudad global. De nuevo, es el concepto de no conocido, extranjero, internacional, desplazado, deslocalizado o desterritorialización lo que conforma los aspectos de globalización de las identidades. La localidad de un individuo es la globalidad de otro. Otro aspecto que cabe tener en cuenta es que la experiencia local de lo global también se puede vivir en actividades de in-between, como se describía anteriormente. El hecho de hallarse en la situación liminal de tomar el transporte público hace referencia (al igual que encontrarse en un aeropuerto), a los viajes. La diferencia entre estar en un avión o en un metro o tren es una diferencia que contrapone una experiencia “de vida diaria” a una experiencia “fuera de la vida diaria”. Estar en aeropuertos es, por tanto, una experiencia más liminoide, mientras que estar en un transporte público es una experiencia más liminal. Cuando los hombres de negocios viajan en avión de manera más periódica, más ritual, ésta se convierte en una experiencia liminal. Para muchas personas, ir a los supermercados también es un ritual de vida diaria. Por último, mirar la televisión puede ser tanto una actividad de ocio como una actividad de tiempo de in-between. El hecho es que se trata de una experiencia de vida diaria. A continuación, se incluye un breve análisis descriptivo de ejemplos de los seis espacios anteriores de comunicación en la ciudad global de Bruselas.

Los tres espacios liminales y los tres espacios liminoides de comunicación intercultural y el hecho de que se encuentre entre lo global y lo local cumplen la función de presentar posibles campos de estudio culturales, así como de identificar los temas de estudio. No forma parte de mis objetivos presentar un estudio exhaustivo de estos espacios. El análisis mostrará elementos de los dos tipos de estudios mencionados anteriormente: (a) un estudio completo, que haga hincapié en la formación espacial en relación con lo global y lo local, y, (b) un estudio centrado en las personas, que destaca las interpretaciones de las personas y las experiencias vividas de estos espacios interculturales.

### **Espacios liminoides “fuera de la vida diaria” de comunicación intercultural en Bruselas.**

#### 1. Lugares turísticos.

“Grote Markt”, “Manneken Pis” y el área de in-between (de Stoofstraat).

El turismo como industria y como fenómeno es motivo de estudio reciente entre los científicos culturales y sociales. El turismo como experiencia liminoide también ha generado interés en las áreas de estudios culturales, geografía cultural y antropología cultural. Ser un turista en los lugares o espectáculos turísticos significa observar la “cultura en exposición”. No es ni familiar ni distante. Incluso si se exponen aspectos culturales “tradicionales” o “auténticos”, no resulta distante, porque a) la cultura propia se utiliza como marco de referencia para interpretar la Otra, y, b) a menudo, los denominados aspectos culturales “tradicionales” o “auténticos” ya incluyen una traducción cultural, por lo cual, no deberían ni siquiera etiquetarse como “tradicionales” o “auténticos”.

El viaje en sí mismo es una experiencia liminoide y, además de la distinción que realiza Appadurai entre ethnoscaples, finanscaples, mediascaples, tchnoscaples e ideoscaples, Tilley (1997), añadiría travelscape (paisaje de viaje) El turismo es la mayor industria del planeta y la que genera el mayor desplazamiento de pueblos y crea un travelscape en el que el mundo se convierte en un abanico de localidades que se pueden experimentar (Tilley, 1997:74) El área "De Grote Markt", "De Stoofstraat" y "Manneken Pis", en el centro de Bruselas, es un lugar de interés turístico a caballo entre lo global y lo local. Es un espacio de encuentro para muchas culturas. En este espacio, el énfasis recae en los aspectos liminoides y en el tiempo de in-between en el no ritual “fuera de la vida diaria”. Los turistas son los principales actores del lugar. Están deslocalizados durante un breve período de tiempo. Cabe destacar que utilizan marcos de referencia locales (nacionales) para identificar y comprender el lugar turístico.

Se utiliza una cultura para enmarcar a otra. Esta interpretación es lo que confiere al lugar la naturaleza global y local a la vez. Es global para el turista, puesto que el espacio alberga cualidades cosmopolitas. Es decir, es extraordinario puesto que es un lugar único y muy conocido en todo el mundo. Por otra parte, lo acompaña el mito de que la plaza es el centro de Europa. Asimismo, “Manneken Pis” es conocido en todo el mundo, al haberse convertido en el icono de Bruselas/Bélgica. Sin embargo, esta globalidad también es local. Es local porque los turistas utilizan

marcos locales (nacionales) de interpretación y reconocimiento. El turista se halla deslocalizado en un espacio global y utiliza su localidad cultural para interpretar el espacio y orientarse en él. En entrevistas realizadas se muestra, por ejemplo, que los turistas extranjeros apenas tienen conocimientos del lugar específico, ni de Bruselas o Bélgica en general. Algunos ni siquiera saben cuáles son las lenguas oficiales, ni cuál es la historia del lugar que visitan. Muchos turistas parecen vivir el lugar histórico de un modo no histórico. 4 Durante los últimos años, los estudiantes de un curso de métodos de investigación de la comunicación del Departamento de comunicación de la Katholieke Universiteit Brussel han llevado a cabo formación de observación participativa y han realizado entrevistas en los lugares específicos.

## 2. Aeropuertos.

“Aeropuerto internacional de Zaventum” (aeropuerto de Bruselas).

Los aeropuertos son espacios liminoides construidos de comunicación intercultural y se pueden encontrar en un estado de negociación intercultural. Se puede comparar el Village of Bruparck y otros parques temáticos de construcción “reciente” y sin historial cultural local. Se podrían calificar incluso de antihistóricos. Los elementos parecen interactuar de un “nuevo” modo transcultural hibridizado. Morris & Morton (1998), que parten de la base del trabajo de Dejan Sudjic sobre el aeropuerto como una ciudad moderna (1992), afirman en su libro sobre localidad, comunidad y nación, a modo de conclusión: “El aeropuerto internacional simboliza una serie de los temas clave de este libro: Es un nuevo emplazamiento del siglo XX, una nueva forma de centro de servicio, que crea nuevas formas de relaciones sociales. Es una nueva forma de 'ciudad' plantada en el campo.

La mayoría de los aeropuertos internacionales se encuentran en las afueras de las ciudades. Fomentan el crecimiento de rutas de comunicación, proveedores de servicio, hoteles y residencias. Si el mundo rural y el mundo urbanos son los dos polos del período continuado, el aeropuerto desdibuja los límites. Se ha convertido en una comunidad en sí mismo a través de las personas que trabajan aquí, que vuelan desde aquí, se detienen aquí y realizan recorridos rutinarios desde aquí. ¿Representa un buen ejemplo de la comunidad urbana en la era de la globalización: sus relaciones sociales se amplían y profundizan debido a las exigencias de la comunicación internacional” (Morris & Morton, 1998:127) Por supuesto, el aeropuerto no es un fenómeno nuevo. Lo que sí es nuevo es la modificación del diseño y de la arquitectura general, las interpretaciones modificadas del espacio, el aumento en el uso debido a un número cada vez mayor de encuentros entre lo que hemos calificado como lo global y lo local.

El aeropuerto internacional de Zaventum, así como todos los aeropuertos internacionales, parece disponer de tres espacios independientes de comunicación intercultural donde lo global coincide con lo local: (1) la zona de salidas (abierta a todo el mundo); (2) la zona de llegadas (abierta a todo el mundo); y (3) la zona de vuelo (sólo para pasajeros). Las tres zonas presentan características propias. La experiencia individual en la zona de salidas y de llegadas depende del origen de cada uno. Lo mismo se aplica a lo globalidad y la localidad. Lo que se percibe como global y como local depende en gran medida de

si uno llega a su lugar de residencia o sale de él. La tercera zona es interesante, en tanto en cuanto existe época cultura local, nacional y territorial. Las tiendas muestran principalmente marcas globales, los restaurantes y cafés sirven comidas y bebidas globales, los quioscos venden noticias globales. Sería interesante estudiar la intervención de lo local en este contexto. Al respecto, Eriksen y Døving (1992) escriben, por ejemplo, que "La cualidad 'local' de los aeropuertos internacionales resulta menos sorprendente que su uniformidad." Esta afirmación puede aplicarse a la formación espacial en general, pero no se aplica a las cuestiones culturales, puesto que las culturas locales o macroregionales parecen estar presentes. Por ejemplo, en el aeropuerto internacional de Zaventem,— a pesar de los elementos globales—todavía se puede pagar con moneda local, beber cervezas belgas especiales, comer comida local belga, comprar recuerdos del país o comprar un periódico local. Todavía se pueden ver anuncios locales y se pueden hablar las lenguas del lugar, puesto que los trabajadores del recinto son belgas.

### 3. Calles del centro de la ciudad en las denominadas Ciudades globales. "De Nieuwstraat".

Para los turistas, caminar por el "De Nieuwstraat" también es una actividad turística liminoide. Sin embargo, el lugar no es un lugar turístico an sich. Es un espacio en el cual los "vecinos locales" y los "vecinos no locales" (turistas y otros extranjeros) van de la mano. Para los vecinos locales, como ya hemos mencionado al hablar de los tiempos, el mismo espacio también puede ser un espacio liminal. En la situación liminal, la experiencia se encuentra más directamente en la vida diaria. Lo mismo podría aplicarse al "Grote Markt" (ya comentado como lugar turístico), pero en menor medida. El simple hecho de caminar a través de las calles en el centro de las ciudades globales es—como todos los otros espacios de comunicación intercultural—uno de los dominios de origen de los procesos mundiales del desdibujamiento de las culturas.

El acto de caminar, ver e interpretar articula el tema central de consumir al descodificar las formas de representación (anuncios, escaparates, personas, mobiliario urbano, edificios, etc.) Como tal, articula el proceso cultural interpretativo de la globalización y la localización. Este particular dominio de origen del proceso de globalización y localización cultural apenas ha sido estudiado. En la calle "De Nieuwstraat" se pueden identificar muchas formas distintas de representación. Sin embargo, la forma más omnipresente en relación con la globalización y localización de identidades en este espacio, además de las personas, parece ser la publicidad variada. Por tanto, un estudio de las escenas que se producen en la calle no sólo haría referencia al consumo, también a la representación. "La publicidad variada en las escenas de la calle" es un fenómeno que no se estudia con frecuencia, si bien está presente en casi todas partes y constituye una fuente importante de información sobre la vida cultural. Debido a que se suele estudiar, también es uno de esos campos que no debe soportar la carga de metodologías y teorías convencionales, tradicionales y monodisciplinarias. Existen algunos precedentes. Este campo entra en contacto con los estudios de consumo, los estudios antropológicos, los estudios sociales,

los estudios de geografía humana, los estudios de comunicación, los estudios culturales y puede utilizar las metodologías específicas de sus disciplinas (observación participativa, análisis de contenido, análisis visual, discurso y análisis semiótico/simbólico).

La publicidad viaria es todo el material de representación de interés público y comercial que se encuentra al aire libre. Sólo hace referencia a las formas más comunes de “publicidad viaria de distancia”, como el transporte público y la publicidad en aeropuertos, el mobiliario urbano (todo lo ubicado en las aceras), paneles publicitarios (incluyendo la publicidad “prismavisión”), la publicidad en pilones, en tejados, así como los rótulos de tiendas, resentes desde un punto de vista geográfico. La publicidad en general, y la publicidad viaria en particular, no pretende ser considerada aquí como un apoyo al marketing. En primer lugar, se la considera un fenómeno cultural; un portador de información socio-cultural. La publicidad consta de símbolos. Estos símbolos se consideran ligados a la cultura. La publicidad en general y la publicidad viaria en particular se pueden estudiar en un contexto global-local. Cuando esto sucede, en los estudios de publicidad, es habitual distinguir entre tres enfoques en ese contexto global-local:

- 1. El enfoque estándar
- 2. El enfoque localizado
- 3. El enfoque “en medio de dos partes” (véase, por ejemplo, Dibb, Simkin & Yuen, 1994; Tai, 1997).

El primero se puede relacionar con la globalización cultural, el segundo con la localización cultural y el tercero, con lo que algunos han llamado glocalización. Estos enfoques se dan en la publicidad en general, pero se pueden aplicar de manera específica a la publicidad viaria. Espacios liminales de “vida diaria” de comunicación intercultural en Bruselas.

#### 4. Transporte público.

“MIVB” (metro de Bruselas).

Usar el metro en Bruselas es para muchos vecinos locales y viajeros, una actividad liminal diaria. Es liminal porque tiene un carácter de ritual central de sociedad y ocupa un tiempo de in-between. Su consumo es, para mucha gente cíclico y rítmico, basado en el calendario, y a menudo, más una obligación que una opción. Utilizar el metro en Bruselas también significa estar en un espacio de comunicación intercultural. El espacio del metro presenta una gran riqueza en culturas híbridas. Los viajeros habituales y, en especial, la diáspora y los turistas ofrecen un espacio de multiculturalismo vivido.

El espacio del metro podría denominarse batiburrillo (del inglés hotch potch), en holandés hutspot o como se dice en Bruselas/flamenco stoemp. Similar connotación tendría el término francés ratatouille y su derivado holandés ratjetoe, que significa “un poco de todo”, pero si lo traduce directamente en inglés significaría “comerse una rata para postre”. Esta interpretación también implica “comer de todo”. Estas dos últimas palabras, especialmente el derivado holandés

ratjetoe se utiliza a menudo para expresar una actitud negativa en relación con la fusión. Usar el metro en Bruselas es una experiencia multicultural, diaspórica por varios motivos. En primer lugar, es un lugar público en el que confluyen dos culturas europeas: la cultura anglogermana y la cultura romana. Bruselas está situada exactamente en la línea divisoria entre la cultura del norte de Europa y del sur de Europa. En segundo lugar, como resultado de la historia colonial belga, muchas personas africanas están presentes en el metro. En tercer lugar, también se pueden encontrar inmigrantes de Italia, Turquía, Marruecos y otras nacionalidades en el espacio del metro.

En cuarto lugar, como resultado de la presencia de la Unión Europea, hay un elevado número de personas de los miembros de la UE, especialmente en el centro ("Centraal Station" y "De Brouckere") y la estación de metro "Schuman", donde están ubicados los edificios de la Unión Europea. En quinto lugar, podemos encontrar turistas de todo el mundo, especialmente entre el centro de la ciudad y Heizel, el Atomium y Bruparck (véase el ejemplo 2) Los asiáticos sólo tienen una presencia insignificante en el espacio de metro. Bélgica no tiene una historia colonial en Asia y los turistas asiáticos suelen viajar en grupos en autobús, no en metro. Aunque, no hay mucha interacción entre las culturas (estado de coexistencia), sí hay interacción en las culturas. Estar presente en el espacio de comunicación intercultural del metro implica estar entre lo global y lo local. Especialmente, en referencia a la presencia en este espacio liminal de "vida diaria", uno podría afirmar que la globalización es un proceso desigual.

La brecha entre los ricos y los pobres en Bélgica se está ampliando a una gran velocidad. Particularmente, el barrio del centro de Bruselas es una de las áreas más pobres de toda Bélgica. El centro es un área de trabajo, un área turística, un área de compras y un área de tiempo de ocio (teatros, cines...), su función como residencia es secundaria. Esto se refleja en el espacio del metro y podría constituir un tema de estudio en sí. Pero no nos limitaríamos a afirmar que el metro es un espacio de comunicación intercultural, podríamos afirmar que para muchos belgas la ciudad de Bruselas y el centro en particular, es por sí misma un espacio liminal y liminoide. Para las personas que trabajan en Bruselas y viven en otras ciudades, Bruselas es un espacio liminal.

Para las personas que no visitan Bruselas con frecuencia es un espacio liminoide. En ambos casos, lo global coincide con lo local de muchas maneras distintas en la ciudad global de Bruselas. No sólo porque para muchos belgas estar en Bruselas no es una experiencia vivida cotidiana y no sólo debido a la diáspora presente, sino también porque el barrio del centro es el centro de una ciudad global, con todas las variables "globales" presentes, como: una combinación de tiendas locales e internacionales y publicidad viaria, centros comerciales, lugares turísticos, mobiliario urbano, restaurantes extranjeros y domésticos, un pub irlandés, un bar mexicano, un café cubano..., pero también centros de billar, establecimientos de apuestas de carreras de caballos, un café donde jugar al ajedrez...



## 5. Supermercados.

“De Colruyt, De Delhaize, De GB y De Cora”.

Se ha escrito mucho sobre los centros comerciales (p. ej. Backes, 1997; Gottdiener, 1995:81-98), pero poco sobre los supermercados. El centro comercial se conoce en ocasiones como “un destino turístico” o un “parque temático” (véase Backes, 1997:3) Estas metáforas del centro comercial indican la tendencia hacia espacios “fuera de la vida diaria”, mientras que el supermercado es una actividad más reguladora de la “vida diaria” e incluye el consumo diario. El centro comercial está más situado en el tiempo de ocio. El supermercado se encuentra más en un tiempo de in-between.

Por otra parte, en los supermercados, existe una intención de comprar, mientras que esta intención no suele estar presente en los visitantes de centros comerciales (véase p. ej. Fiske, 1989) Backes manifiesta, a este respecto: "Así pues, parece apropiado interpretar el centro comercial, no en términos de necesidad, sino en términos de ocio y placer" (Backes, 1997:3) El supermercado es un espacio aún más local que el metro; por lo menos en lo que concierne a las personas. Las personas suelen ir al supermercado en las inmediaciones de su casa. La gama de productos varía según las necesidades y deseos de la población. Especialmente en Bruselas, lugar en el que la población es muy diversa, la gama de productos varía en función del barrio en el que se encuentra el supermercado. El supermercado está, de este modo, conectado a lo global y a lo local. Lo global estaría representado por la oferta de la diversidad. En todos los supermercados, se pueden identificar dos tipos de productos: de alimentación y de no alimentación.

Cuanto más hacia el sur de Europa viajemos, veremos que el supermercado pasa de ser un “establecimiento de productos de alimentación únicamente” a un “establecimiento de productos de alimentación y de otros productos básicos”, incluyendo la venta de ropa, medios (hardware 35 y software), juegos, equipamiento de jardinería, etc... Como tal, busca la integración on el establecimiento de departamentos de clase media. En Bruselas, podemos encontrar todos los tipos de supermercados. En el estudio de la globalización y localización de identidades, el estudio de los alimentos es a buen seguro más interesante que el estudio de otros productos. Por ejemplo, muchos supermercados de Bruselas disponen de secciones de productos de alimentación “extranjeros”, como: una sección asiática, una sección italiana y una sección americana.

Pero, para llevar a cabo un estudio de la transculturalidad hibridizada, sería más interesante estudiar las secciones habituales, y observar el tipo de alimentos que se pueden encontrar en ella . Por ejemplo: pastas, pizzas, pan italiano, tacos mexicanos, knäckebröd, salchichas de Frankfurt (perritos calientes), arroz, cuscús, etc. son productos que se encuentran en las secciones habituales (consulte también Tomlinson, 1999:120-128) La situación global-local en los supermercados parece ser mucho más compleja que disponer únicamente de productos

extranjeros en las estanterías del supermercado. Por ejemplo, el mismo tipo de alimentos también varía en función de la localidad. Los supermercados de las diferentes naciones no sólo venden diferentes tipos de comida, sino que adaptan estos productos a los gustos, a los nombres y formas de diseño locales.

#### 6. La televisión en la casa.

La “televisión en casa” está situada en la esfera doméstica, privada. Se diferencia del resto de lugares practicados aquí estudiados, en que éstos últimos están situados en la esfera pública. Siguiendo la línea de pensamiento de De Certeau, también se crean espacios de comunicación mediante el acto de consumo interpretativo de programas de televisión. Este estudio interpretativo de la televisión se puede relacionar con enfoques interpretativos y el “cambio de enfoque” general en los estudios de los medios que se produjo a principios de la década de 1980 (Carragee, 1990; Evans, 1990; Servaes & Frissen, 1997) Ya he hablado de este tema y de otros temas relacionados como “etnografía de la audiencia” y “estudios antropológicos sobre la televisión” anteriormente (Lie, 1997c) En un contexto específico intercultural, global-local, el estudio de la “televisión” y el estudio del “hogar” son importantes por los siguientes motivos.

En primer lugar, ver la televisión suele considerarse como uno de los principales dominios de origen de la globalización y localización de identidades. La televisión es una tecnología muy potente consumida en casa. Es potente, especialmente debido a su comunicación audio y visual. Nos muestra lugares distantes y lugares locales. Posee la cualidad de comprimir el tiempo y nos mantiene informados sobre los asuntos del mundo y los locales. Se han llevado a cabo muchos estudios globales-locales sobre la televisión y otros medios de comunicación y sobre la sociedad de información global en general. Aquí, el foco principal se encuentra en la economía política de la industria de los medios de comunicación globales (p. ej. Golding & Harris, 1997; Martin, 1995; Mowlana, 1997). Es menos cuantioso el número de estudios sobre medios alternativos, estudios de televisión interpretativos (etnográficos) y los estudios sobre las percepciones locales de la televisión “global” (p.ej. Gillespie, 1995; Lie, 1998; Lewis, 1993; Lull, 1988; Moores, 1996 y otros).

La televisión sigue siendo la ventana global. La “casa”, por otra parte, es el espacio más local que se pueda imaginar. Si volvemos al inicio de este documento, la “casa” siempre estará ahí, puesto que pertenece fundamentalmente a la identidad individual. A diferencia del concepto “tierra natal”, no pertenece, al menos no primordialmente, a una identidad colectiva. La mayor parte del tiempo, la “casa” se define en relación con una persona particular. “¿Es dónde está su familia, dónde creció? ¿Es dónde están enterrados sus padres? ¿Su casa es el lugar del que ha sido desplazado, o donde se encuentra ahora? ¿Es su casa donde vive su madre?” (Sarup, 1996) Diferentes personas pueden albergar ideas distintas en relación con sus casas. Pueden incluso tener la misma casa, pero eso no implica que el mismo concepto sea compartido por esas personas. Si puede definir un grupo de personas mediante su identidad cultural, no es habitual definirlos por la misma percepción de “casa”. “Casa” es el espacio local desde

donde se explora lo global y al cual se devuelve.

## **Conclusión**

Muchos estudios han demostrado que no podemos seguir hablando de “lo nacional” como el nivel más importante que actúa como marco en la construcción de identidades. Las identidades localizan y globalizan al mismo tiempo. Cada vez más, parecen estar constituidas por fragmentos culturales que se solapan, en lugar de tomar como referencia marcos nacionales independientes. Este documento ha intentado dar ejemplos sobre algunos de estos cambios en las identidades, centrándose en los denominados “espacios liminales y liminoides de comunicación intercultural”. Partiendo de la idea de Augé de “nolugar”, “los lugares en los márgenes” y las “zonas liminales” de Shields, e incluso la más básica teoría de liminalidad de Turner, hemos centrado la atención en los aspectos de comunicación intercultural de estos espacios y en el modo en que estos espacios están situados entre lo global y lo local.

La idea de espacios liminales/liminoides de comunicación intercultural entre lo global y lo local se ha relacionado también con conceptos como: zonas de contacto, zonas fronterizas, desplazamiento, mestizaje, reterritorialización, hibridación, criollización y otros conceptos. Con fines analíticos, en este estudio hemos dividido los espacios de comunicación intercultural en tres estados de (inter)culturalidad liminal/liminoide: (a) un estado de coexistencia cultural, (b) un estado de negociación intercultural y (c) un estado de transformación intercultural hacia una transculturalidad hibridada. También exploramos los aspectos liminales/liminoides de globalizar y localizar identidades culturales en estos espacios de las llamadas “ciudades globales”, principalmente en Bruselas.

Se ha sugerido enfocar el estudio de los diferentes estados en dos estudios independientes: (1) poner énfasis en la formación del espacio, y, (2) poner énfasis en las experiencias vividas y las percepciones de las personas del espacio. Los estadios de liminalidad cultural hacen referencia fundamentalmente a las formaciones espaciales, donde se incluye a las personas como uno de los elementos del espacio cultural. Una característica del estado de coexistencia es la copresencia de elementos culturales independientes y distintos. El espacio total es multicultural tan sólo por el hecho de que están presentes diferentes elementos culturales. En el estado de negociación, los diferentes elementos parecen interactuar entre sí como una forma de negociación. La interacción (comunicación intercultural), se puede definir, así, como una negociación hacia una forma dinámica y participativa de hibridez. Estos espacios, a menudo son espacios “recién” construidos con fines específicos en los campos del juego y el ocio.

Los espacios se (re-)inventan y disponen de una historia local reconstruida (re-inventada) o simplemente no tienen historia. Por último, el estado de transculturalidad hibridada parece ser un estado ideal de fusión cultural. En este caso, la diferencia se vive como igualdad. A modo de ilustración, se han estudiado algunos de estos espacios de contacto intercultural en Bruselas y se han

identificado elementos para llevar a cabo estudios posteriores. Se han presentado los conceptos de “vida diaria” frente a “fuera de la vida diaria” y el tiempo inbetween (el tiempo entre dos actividades, experiencias, sentimientos o estados de ánimo propios de la vida), con el fin de analizar con mayor detalle los espacios de comunicación intercultural con un enfoque más centrado en las personas. Hemos detectado que la presencia en los espacios liminales/liminoides ocupa, principalmente, tiempo de ocio y tiempo de in-between.

Los tres espacios “fuera de la vida diaria” que se utilizaron a modo de ejemplo fueron: (i) lugares trísticos, (ii) aeropuertos, y, (iii) calles del centro de la ciudad de las denominadas “ciudades globales”. Los tres espacios de “vida diaria” de comunicación intercultural son: (iv) transporte público, (v) supermercados; (vi) ver la televisión en casa. Los temas más sorprendentes de estudio en un contexto global-local en las diferentes zonas eran: (i) turistas deslocalizados; (ii) zonas espaciales; (iii) publicidad viaria; (iv) personas; (v) alimentos, y; (vi) percepciones basadas en el hogar. Si examináramos estos temas específicos, ampliaríamos nuestro entendimiento sobre las identidades globalizadas y localizadas modificadas y en modificación.

En los espacios liminales/liminoides de comunicación intercultural in-between de lo global y lo local, el concepto de “en otro lugar” (Shields, 1997) y el de “cercanía” (Tomlinson, 1999) parecen estar conectados de maneras muy complejas y precisan un estudio más detallado.

## Referencias

ANG, I. (1998) Doing Cultural Studies at the Crossroads. Local / Global Negotiations, *European Journal of Cultural Studies*, 1(1):13-31.

APPADURAI, A. (1996) Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy, in: *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis: University of Minnesota Press, pp. 27-47. [reprinted, in revised form from: APPADURAI, A. (1990) Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy, *Public Culture*, 2:1-24.]

ASHCROFT, B., GRIFFITHS, G. & TIFFIN, H. (1998) *Key Concepts in Post-Colonial Studies*, London: Routledge.

AUGÉ, M. (1995) *Non-places: Introduction to the Anthropology of Supermodernity*, London: Verso.

BACKES, N. (1997) Reading the Shopping Mall City, *Journal of Popular Culture*, 31(3):1-17.

BHABHA, H.K. (1994) *The Location of Culture*, London: Routledge.

BOUDEWIJNSE, B. (ed.) (1994) *De Erfenis van Victor Turner*, special issue

Antropologische Verkenningen, 13(4)

CARRAGEE, K.M. (1990) Interpretive Media Study and Interpretive Social Science, *Critical Studies in Mass Communication*, 7(2):81-96.

CLIFFORD, J. (1997) Museums as Contact Zones, in: CLIFFORD, J., *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*, Cambridge: MA: Harvard University Press.

CLIFFORD, J. (1997) Diaspora, in: GUIBERNAU, M. & REX, J. (eds.) *The Ethnicity Reader. Nationalism, Multiculturalism and Migration*, Cambridge: Polity Press, pp. 283-290.

CLIFFORD, J. (1992) Travelling Cultures, in: GROSSBERG, L., NELSON, C. & TREICHLER, P. (eds.), *Cultural Studies*, New York: Routledge.

CLIFFORD, J. (1988) *The Predicament of Culture; Twentieth-Century Ethnography, Literature, and Art*, Cambridge: Harvard University Press.

COHEN, A.P. (1989, 1985) *The Symbolic Construction of Community*, London: Routledge.

DAHLES, H. (1996) Coming to Terms with 'Multiple Narratives'. *The Anthropology of Tourism in a Globalizing World*, in: *Globalization/Localization: Paradoxes of Cultural Identity*, Special Issue *Focaal*, *Tijdschrift voor Antropologie*, 30/31:69-74.

DE CERTEAU, M. (1984) *The Practice of Everyday Life*, Berkeley: University of California Press. DIBB, S., SIMKIN, L. & YUEN, R. (1994) Pan-European Advertising: Think Europe – Act Local, *International Journal of Advertising*, 13:125-136.

DROOGERS, A. (1994) Turner, Spel, en de Verklaring van Religie, in: BOUDEWIJNSE, B. (ed.) (1994), *De Erfenis van Victor Turner*, special issue *Antropologische Verkenningen*, 13(4):31-45.

ERIKSEN, T.H. & DØVING, R. (1992) In Limbo: Notes on the Culture of Airports, Paper presented at the Workshop "The Consequences of Globalisation for Social Anthropology", 2nd EASA Conference, Prague, 30 Augustus - 3 September.

EVANS, W.A. (1990) The Interpretive Turn in Media Research: Innovation, Iteration, or Illusion?, *Critical Studies in Mass Communication*, 7(2):147-168.

FISKE, J. (1989) *Shopping for Pleasure*, in: *Reading the Popular*, Boston: Unwin Hyman.

GARCÍA CANCLINI, N. (1995) *Hybrid Cultures. Strategies for Entering and Leaving Modernity*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

- GEERTZ, C. (1973) *The Interpretation of Cultures*, New York: Basic Books.
- GIDDENS, A. (1998) *The Third Way. The Renewal of Social Democracy*, Cambridge: Polity Press.
- GIDDENS, A. (1990) *The Consequences of Modernity*, Cambridge: Polity Press.
- GILLESPIE, M. (1995) *Television, Ethnicity and Cultural Change*, London: Routledge.
- GOLDING, P. & HARRIS, P. (eds.) (1997) *Beyond Cultural Imperialism. Globalization, Communication and the New International Order*, London: Sage.
- GOTTDIENER, M. (1995) *Postmodern Semiotics. Material Culture and the Forms of Postmodern Life*, Oxford: Blackwell.
- HANNERZ, U. (1997) *Borders*, *International Social Science Journal, UNESCO*, 154:537-548.
- HANNERZ, U. (1996) *Transnational Connections*, London: Routledge.
- HANNERZ, U. (1992) *Cultural Complexity; Studies in the Social Organization of Meaning*, New York: Columbia University Press.
- HANNERZ, U. (1987) *The World in Creolization, Africa*; *Journal of the International African Institute*, 57(4):546-559.
- HARVEY, D. (1989) *The Condition of Postmodernity*, Oxford: Basil Blackwell.
- HENDERSON, M.G. (1995) *Introduction: Borders, Boundaries, and Frame(work)s*, in: HENDERSON, M.G. (ed.), *Borders, Boundaries, and Frames. Essays in Cultural Criticism and Cultural Studies*, London: Routledge, pp. 1-30.
- HOFMANN, S. (1997) *Transculturation and Creolization: Concepts of Caribbean Cultural Theory*, in: YOUNG, R.A. (ed.), *Latin American Postmodernisms*, Amsterdam: Rodopi.
- LEWIS, P. (ed.) (1993) *Alternative Media: Linking Global and Local, Reports and Papers on Mass Communication*, no. 107, Paris: UNESCO. LIE, R. (1998) *Alternatieven in Globalisering*, *Noord-Zuid Cahier*, 23(3):87-99.
- LIE, R. (1997a) *What's New about Cultural Globalization?... Linking the Global From Within the Local*. In: SERVAES, J. & LIE, R. (eds.), *Media & Politics in Transition. Cultural Identity in the Age of Globalization*, Leuven: ACCO, pp. 141-155.

LIE, R. (1997b) Levelization and De-Levelization. Researching the Global in the Local in a Participatory Way: Toward a Qualitative Multi-level Flow Analysis, Culturelink, 22 August 1997, Dossier on Networking in Third World Environments, Zagreb, Croatia: Culturelink/IRMO, Network of Networks for Research and Co-operation in Cultural Development, Institute for Development and International Relations (IRMO), pp. 131- 148.

LIE, R. (1997c) Een Antropologische Vluchtroute uit het Mediacentrisme. In: SERVAES, J.&

FRISSEN, V. (eds.), De Interpretatieve Benadering in de Communicatiewetenschap. Theorie, Methodologie en Case-studies, Leuven: ACCO, pp. 135-156.

LIE, R. & SERVAES, J. (2000) Globalization, Consumption and Identity – Towards Researching Nodal Points. In: WANG, G., SERVAES, J. & GOONASEKERA, A. (eds), The New Communications Landscape. Demystifying Media Globalization, London: Routledge, pp. 307-332.

LULL, J. (1998) Hybrids, Fronts, Borders. The Challenge of Cultural Analysis in Mexico, European Journal of Cultural Studies, 1(3):403-418.

ULL, J. (ed.) (1988) World Families Watch Television, Newbury Park: Sage.

MARTIN, W.J. (1995) The Global Information Society, Hampshire: Aslib Gower.

MARTÍN-BARBERO, J. (1993) Communication, Culture and Hegemony; From the Media to Mediations, Newbury Park: Sage.

MASSEY, D. & JESS, P. (eds.) (1995) A Place in the World? Places, Cultures and Globalization, Oxford: Oxford University Press.

McDONALD's CORPORATION (1998) McDonald's Around the World [Pulse aquí](#)

MOORES, S. (1996) Satellite Television in Everyday Life, John Libbey.

MORLEY, D. & ROBINS, K. (eds.) (1995) Spaces of Identity; Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries, London: Routledge.

MORRIS, A. & MORTON, G. (1998) Locality, Community and Nation, UK: Hodder & Stoughton.

MOWLANA, H. (1997) Global Information and World Communication. New Frontiers in International Relations, Second Edition, London: Sage.

NEDERVEEN PIETERSE, J. (1994) Globalisation as Hybridisation, International Sociology, 9(2):161-184.

PRATT, M.L. (1992) *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturalation*, London: Routledge.

ROBERTSON, R. (1995) *Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity*, in: FEATHERSTONE, M., LASH, S. & ROBERTSON, R. (eds.), *Global Modernities*, London: Sage, pp. 25-44. ROWE, W. & SCHELLING, V. (1991) *Memory and Modernity: Popular Culture in Latin America*, London: Verso.

SAFRAN, W. (1991) *Diasporas in Modern Societies: Myths of Homeland and Return*, *Diaspora*, 1(1):83-99.

SARUP, M. (1996) *Identity, Culture and the Postmodern World*, Edinburgh: Edinburgh University Press.

SCHLESINGER, P. & MORRIS, N. (1997) *Cultural Boundaries: Identity and Communication in Latin America*, *Media Development*, 1. (<http://www.wacc.org.uk/media/culture.html>)

SERVAES, J. (1997) *Mass Media and Fragmented Identities*. In: SERVAES, J. & LIE, R.(eds.), *Media & Politics in Transition. Cultural Identity in the Age of Globalization*, Leuven: ACCO, pp. 77-88.

SERVAES, J. & FRISSEN, V. (1997) (eds.), *De Interpretatieve Benadering in de Communicatiewetenschap: Theorie, Methodologie en Case-studies*, Leuven: ACCO.

SHIELDS, R. (1997) *Ethnography in the Crowd: the Body, Sociality and Globalization in Seoul*, in: *Globalization/Localization: Paradoxes of Cultural Identity*, Special Issue *Focaal*, *Tijdschrift voor Antropologie*, 30/31:7-21.

SHIELDS, R. (1991) *Places on the Margin. Alternative Geographies of Modernity*, London: Routledge.

SHORT, J.R. & KIM, Y.-H. (1999) *Globalization and the City*, Essex: Addison Wesley Longman.

SMITH, M.P. (1997) *Looking for Globality in Los Angeles*, in: CVETKOVICH, A. & KELLNER, D. (eds.), *Articulating the Global and the Local. Globalization and Cultural Studies*, WestviewPress, pp. 55-71.

SUDJIC, D. (1992) *The 100 Mile City*, London: Andre Deutsch.

TAI, S.H.C. (1997) *Advertising in Asia: Localize or Regionalize?*, *International Journal of Advertising*, 16:48-61.

TILLEY, C. (1997) *Performing Culture in the Global Village*, *Critique of*



Anthropology, 17(1):67-89.

TOMLINSON, J. (1999) Globalization and Culture, Cambridge: Polity Press.

TURNER, V.W. (1982) From Ritual to Theatre. The Human Seriousness of Play, New York: Performing Arts Journal Publications.

TURNER, V.W. (1979) Process, Performance and Pilgrimage; A Study in Comparative Symbology, New Delhi: Concept Publishing Company.

TURNER, V.W. (1977) Variations on a Theme of Liminality, in: MOORE, S.F. & MYERHOFF, B.G. (eds.), Secular Ritual, Assen/Amsterdam: Van Gorcum, pp. 36-52.

TURNER, V.W. (1974a) Dramas, Fields, and Metaphors. Symbolic Action in Human Society, Ithaca: Cornell University.

TURNER, V.W. (1974b) Liminal to Liminoid, in Play, Flow, and Ritual: An Essay in Comparative Symbology, Rice University Studies, 60(3):53-92. [reprinted, in a slightly changed form, in: TURNER, V.W. (1979) Process, Performance and Pilgrimage; A Study in Comparative Symbology, New Delhi: Concept Publishing Company, pp. 11- 59, and, in: TURNER, V.W. (1982) From Ritual to Theatre. The Human Seriousness of Play, New York: Performing Arts Journal Publications, pp. 20-60.]

TURNER, V.W. (1969) The Ritual Process; Structure and Anti-structure, Chicago: Aldine Publishing Company.

URRY, J. (1995) Consuming Places, London: Routledge.

VILA, P. (1999) Constructing Social Identities in Transnational Contexts: The Case of the Mexico-US border, International Social Science Journal, UNESCO, 159:75-87.

WELSCH, W. (1999) Transculturality: the Puzzling Form of Cultures Today, in: FEATHERSTONE, M. &

LASH, S. (eds.), Spaces of Culture, City, Nation, World, London: Sage, pp. 194-213.

ZUKIN, S. (1995) The Cultures of Cities, Oxford: Blackwell Publishers.

**Fuente:**

Visite la página web de [Comunicación intercultural](#)

**Para más información contacte a:**

Rico Lie

E-mail: [Rico.Lie@pi.be](mailto:Rico.Lie@pi.be)

*En La Iniciativa de Comunicación desde noviembre 19 2003.  
Actualizado en enero 19 2003.*

Fuente: [www.comminit.com](http://www.comminit.com)