

Es en primer lugar la mirada [la] que interroga a las cosas.

Merleau-Ponty (1964/2010, p. 97)

Dentro de la sociedad contemporánea, las imágenes se convierten en referentes para comprender todo aquello que nos rodea. El ritmo de vida actual se caracteriza por prácticas sociales cotidianas marcadas por la simultaneidad y la velocidad, las que, al decir de Didi-Huberman (1992/2010), hacen de la imagen un objeto del ver y la mirada. Ella tiene la gran cualidad de abrir un mundo de percepciones ante el observador que la ve y que termina de develar lo verdadero que hay en él mismo. En este sentido, Martín-Barbero (2002, como se citó en Cabrera, 2014) señala a la mirada como expresión de la cultura, en tanto elemento clave para la construcción del sentido de lo que la imagen muestra.

En el proceso de deconstrucción, a partir de la percepción de lo que vemos, la mirada nos permite acceder al conocimiento de una totalidad, difícilmente accesible de otra manera. Así, es la mirada la que hace visible lo invisible y va más allá de los elementos que configuran la imagen (Merleau-Ponty, 1964/2010). Como sostiene Solas, «saber y ver son dos aspectos de una misma acción que no pueden ocurrir uno sin el otro» (2017, p. 86). Ver es un hecho cultural que se aprende en un contexto determinado y demanda la capacidad de leer la historia que la imagen cuenta; es decir, de asignar significado a lo que vemos.

En este sentido, *Conexión* desea contribuir al desarrollo de esta capacidad de leer imágenes al ofrecer un espacio plural para el contraste de diferentes miradas. Este número 20 de *Conexión* contiene siete textos: cinco artículos y dos ensayos. Todos ellos tienen como elemento en común el ofrecer diferentes relatos que se narran a partir de lo visual. Pero, al hacerlo, estas narrativas visuales simultáneamente revelan diferentes miradas, desde el campo de las comunicaciones, y construyen tanto nuestro sentido de lo social como el de nuestro propio campo de estudios.

En el primero de los artículos, Mario Alberto Zaragoza Ramírez busca reconsiderar y actualizar el mapa teórico de la economía política de la comunicación y la cultura. A fin de contribuir a ampliar la discusión sobre la relación espacio-tiempo de los procesos políticos, sociales y culturales emergentes en el espacio público de hoy, Zaragoza Ramírez pretende incluir nuevas fronteras teóricas para pensar desafíos y dimensiones metodológicas que pongan en el centro del debate a consumidores, como facilitadores de las diferencias en los consumos culturales, atravesados por la tecnología, la contaminación visual y el consumo desmedido que muestran las economías globales.

Por su parte, Nataly Vergara Adrianzén, en el segundo artículo, considera el arte como esencia discursiva que puede convertirse en un medio de reflexión sobre nuestra realidad social. En este sentido, plantea la creación de una identidad colectiva femenina como fuerza de la nación, y una defensa comunitaria de la tierra y del territorio. Propone la construcción de una sociedad más justa a partir de repensar el Perú con un giro ecoterritorial y ecofeminista. Lo hace a partir del análisis de *Madre nuestra*, obra del año 2018 de la artista plástica Luz Letts. Dicha obra representa a una mujer todopoderosa sostenedora de la nación que cuestiona los estereotipos de género y la violencia contra la mujer en nuestro país. Este replanteamiento da cuenta de la poderosa relación de la mujer con la tierra y el territorio; e invita a pensar el apoyo mutuo entre mujeres como una forma de combatir la dominación hacia el cuerpo femenino y el mundo natural.

Asimismo, en el tercer artículo, Gloria Ayala, Diana Gutiérrez, Belén Huamán y Marcia Nieves buscan dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿de qué manera los jóvenes universitarios heterosexuales de las facultades de Ingeniería y Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica del Perú entre los 19 y 25 años de edad perciben los mandatos de la masculinidad hegemónica en prácticas de cortejo en Tinder?

Se trata de una investigación realizada por estudiantes de Comunicación para el Desarrollo. Ello puede ser interpretado como un indicador de la relevancia que el tema tiene para los jóvenes en una época en que la tecnología y los medios de comunicación están transformando nuestra manera de relacionarnos afectivamente.

El análisis de los perfiles de Tinder se centra principalmente en las fotografías subidas, pero también en los contenidos de las interacciones. Las autoras identifican lo que denominan *estrategias de cortejo visual*, en referencia a la utilización de imágenes y elementos visuales específicos con el propósito de atraer a posibles parejas. Las autoras encuentran que los usuarios de Tinder utilizan imágenes que permiten revelar facetas de la personalidad e intereses, lo que ayuda a la interacción con otros usuarios.

En el cuarto artículo, a cargo de Blas de la Jara Plaza, se desarrolla una investigación en la que el autor analiza el Archivo de la Memoria Trans (AMT), el cual es un proyecto que nace desde la organización colectiva y el activismo en Argentina.

El autor nos informa que el acervo documentario del AMT contiene elementos fundamentalmente fotográficos y está dedicado principalmente al siglo XX. Sin embargo, también, plantea la necesidad de una respuesta a los silencios del subregistro y las limitaciones que la imagen puede tener para lidiar con un trauma histórico pluridimensional. En este sentido, el *Podcast del Archivo de la Memoria Trans* emerge ante el deseo de expresar la densidad de lo vivido más allá del encuadre fotográfico. Trascendiendo visualidades, se desencadenan relatos sonoros que enriquecen el ecosistema mediático del AMT. Se trata de «un inventario de objetos físicos que son almacenados y resignificados como piezas museográficas en muestras nacionales e internacionales (Archivo de la Memoria Trans, s. f.-a; Saurí, 2018)» (De la Jara Plaza, 2023, p. 76).

Este artículo visibiliza la importancia de crear espacios de recuperación de memoria de grupos marginados. Así, en Argentina, tal como lo indica De la Jara Plaza, «el Archivo de la Memoria Trans (AMT) se consolida actualmente como un referente sudamericano en la conservación, investigación y divulgación de la historia de identidades trans» (2023, p. 76).

Finalmente, en el quinto artículo, Iván Meza-Vélez analiza *Interstellar*, película de ciencia ficción de Christopher Nolan del año 2014 que explora la relatividad general de Albert Einstein, y estudia las secuencias relacionadas con la física, especialmente en un viaje entre el agujero de gusano y el agujero negro. El autor evalúa la verosimilitud de estos

fenómenos según la física actual, vinculándola con el arte cinematográfico. Concluye que, si bien es cierto que la escena final se aleja de la física, simbólicamente sí está conectada con *El Aleph*, de Borges. Es decir, *Interstellar* combina, por un lado, ciencia y arte; y, por otro lado, realismo y ficción.

Ensayos

Con respecto a los ensayos, Susana Navarro Hospinal analiza los desafíos y las oportunidades de la transformación digital en el mercado del arte, que, aunque está fundamentado en la confianza y la reputación, también se ve impactado por las tecnologías digitales, que no solo sirven como medios de comunicación, sino que se integran como miembros del propio sistema. La autora sostiene que la pandemia ocasionada por la COVID-19 impulsó la creación de plataformas digitales para vender arte y propició debates sobre la verdadera transformación digital del mercado; se pregunta, además, por si el arte teme quedar atrapado en lo digital. Este ensayo destaca aquellos desafíos claves para el mercado del arte, como la comprensión, confianza y transparencia. Para ello, reúne experiencias de diversos actores en el campo. Sin embargo, persiste la pregunta en torno a si el mercado del arte abrazará completamente la era digital o no.

Por último, el ensayo de Rodolfo Rojas Virijivich, «Imaginarios sociales del Perú: simulación y simulacro en la publicidad de la marca de refrescos Inca Kola», explora la relación entre los imaginarios sociales y la publicidad de una popular marca peruana empleando los conceptos de *simulación* y *simulacro*. El autor analiza cómo la publicidad de Inca Kola construye un imaginario —representaciones compartidas que moldean la percepción social a través de historias e imágenes— basado en la simulación —la creación de copias sin un original, que plantea una idealización inalcanzable de la realidad sobre la cual se construye—.

**Orietta Marquina Vega, Gabriela Núñez Murillo
y Margarita Ramírez Jefferson**

Pontificia Universidad Católica del Perú

REFERENCIAS

- Cabrera, M. (2014). Mapeando los estudios visuales en América Latina: puntos de partida, anclajes institucionales e iniciativas. *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 9(2), 9-20. <https://doi.org/10.11144/laveriana.mavae9-2.meva>
- De la Jara Plaza, B. (2023). La voz rebalsa imágenes. Sobre el *Podcast del Archivo de la Memoria Trans* (Argentina). *Conexión*, (20). <https://doi.org/10.18800/conexion.202302.004>
- Didi-Huberman, G. (2010). *Lo que vemos, lo que nos mira* (Trad. H. Pons). Manantial. (Trabajo original publicado en 1992)
- Merleau-Ponty, M. (2010). *Lo visible y lo invisible* (Trads. E. Consigli y B. Capdevielle). Nueva Visión. (Trabajo original publicado en 1964)
- Solas, S. (2017). Didi-Huberman. La imagen ante el tiempo y la doble distancia crítica. *Instantes y Azares. Escrituras Nietzscheanas*, (19-20), 85-98.