

VII Jornadas de Jóvenes Investigadores – Instituto de Investigación Gino Germani –
Facultad de Ciencias Sociales – Universidad de Buenos Aires
19-21 de septiembre de 2007

Nombre y Apellido: Marina Moguillansky

Afiliación institucional: IIGG- Becaria doctoral CONICET

Correo electrónico: mmoguillansky@gmail.com

Propuesta temática: Objetos culturales, arte, estética

La figura del intermediario cultural para pensar los procesos de integración regional

Resumen

El concepto de intermediarios culturales ha sido empleado con sentidos distintos para explicar una variedad de situaciones y de prácticas de actores. En este trabajo presentamos una historia de los usos del concepto de intermediarios culturales, atendiendo principalmente a lo que denominamos “enfoque de la interculturalidad” y a la perspectiva de los “nuevos intermediarios culturales”. Esta reconstrucción apunta a formular un marco teórico conceptual para el análisis de los procesos de integración regional y en particular la circulación de objetos culturales en ese contexto. Finalmente, delineamos una primera exploración de las posibilidades heurísticas de la figura del intermediario cultural para el estudio de la integración cultural en el MERCOSUR.

Palabras clave

Intermediario cultural, mediación, alta cultura/baja cultura, integración regional

Introducción

La cuestión de los intermediarios culturales, en tanto actores relevantes para la teoría social, se ha ido delineando a través de los diferentes abordajes que, en distintos momentos históricos, se preguntaron por su rol en las relaciones sociales. Es así que podemos incluso encontrar trabajos que, empleando el mismo nombre, se refieren a actores bastante heterogéneos y a situaciones socioculturales muy distantes entre sí. Las diferencias pueden situarse también en cuanto a aquello que es mediado por las prácticas del intermediario cultural –identidades nacionales, culturas, estilos de vida, producción simbólica, imaginarios, políticas sociales-, puede variar el rol o la función que cumple el intermediario –en un arco que va desde la figura del militante hasta la del gestor o técnico-, y finalmente podemos encontrar diversos contextos de acción –donde las principales divergencias se dan entre situaciones de interculturalidad al interior de una sociedad o entre sociedades que se conciben como diferentes.

En este trabajo proponemos una breve genealogía del concepto de intermediarios culturales, atendiendo a los contextos sociopolíticos y culturales que marcaron el pensamiento sobre este problema y el tipo de investigaciones empíricas que se han venido realizando en torno de estos actores. Esta reconstrucción de la historia del concepto de intermediarios culturales, realizada en función de lograr la articulación de un marco teórico-conceptual para el abordaje de la circulación de objetos culturales en el proceso de integración del Mercosur, nos permitirá, por un lado, efectuar un balance crítico de las distintas posiciones teóricas sobre los intermediarios culturales y su rol en el campo cultural, en vistas de formular una posición propia, y por otro lado, nos brindará una serie de recaudos metodológicos útiles para desarrollar nuestra indagación empírica.

En primer lugar, revisamos el enfoque de los intermediarios culturales como mediadores en situaciones de interculturalidad, utilizado en estudios sobre zonas de frontera, migraciones, procesos de integración y políticas sociales interculturales. A continuación, describimos el giro en el uso del concepto de intermediarios culturales a partir de los escritos de Pierre Bourdieu a principios de la década de 1980, luego continuados por Mike Featherstone y por los estudios culturales. Finalmente, presentamos un balance crítico de la bibliografía revisada y proponemos una articulación posible de la perspectiva intercultural y los estudios de nuevos

intermediarios culturales. En este último punto, planteamos la importancia de los procesos de globalización y regionalización, así como las transformaciones contemporáneas en las industrias culturales, para repensar el rol de los intermediarios culturales en la circulación de bienes simbólicos.

Dos realidades para un concepto

El concepto de *intermediarios culturales* puede vincularse con al menos dos referentes empíricos bastante diferentes entre sí, que a su vez se han asociado con perspectivas disciplinares y con problemas teóricos específicos¹. El primer referente al que nos referiremos es el de los intermediarios culturales en tanto actores situados en escenarios de contacto intercultural, generalmente asociado a espacios de colonización, zonas fronterizas y/o caracterizadas por corrientes migratorias y territorios regionalmente integrados o en proceso de integración. El segundo referente al que se ha aludido con el concepto de intermediarios culturales es un grupo de actores sociales definido por su categoría ocupacional, que se expande hacia mediados del siglo XX, en relación con profesiones ligadas a la producción simbólica, en especial vinculadas al desarrollo de los medios masivos de comunicación y las industrias culturales.

El enfoque de la interculturalidad

El desarrollo del primer enfoque que mencionamos ha sido además, como veremos, históricamente anterior al que aborda el segundo tipo de intermediación cultural, puesto que estuvo ligado a realidades previas a la ampliación de la esfera cultural. Este enfoque ha estudiado como intermediarios culturales a los actores ubicados en situaciones de mediación entre dos realidades culturales distantes y/o conflictivas. Los intermediarios culturales son definidos por su posición entre dos espacios culturalmente escindidos y por su desempeño de una función mediadora entre ambos (definición posicional o funcional). En este sentido, en muchos casos los trabajos que sostienen este enfoque se basan en una perspectiva intersocietal de la figura de los intermediarios culturales en la

¹ Más allá de las dos perspectivas que retomamos en este trabajo, hemos hallado otros usos del concepto de intermediario cultural. Entre ellos, podemos mencionar estudios que emplean el concepto para referirse a un eslabón evolutivo-antropológico entre dos manifestaciones culturales, y otros que utilizan la figura de la intermediación cultural para interpretar procesos de influencia entre distintas matrices culturales.

cual la consideración de la diferencia cultural se superpone con diferencias entre lo que se postula como dos sociedades/culturas escindidas, entendidas bajo el paradigma del Estado-Nación o de otras demarcaciones geopolíticas equivalentes (locales, regionales sub y supranacionales, continentales). En otros casos, se ha estudiado la intermediación cultural en situaciones de interculturalidad intrasocietal (vinculada por ejemplo con la relación entre generaciones, géneros, subculturas, clases sociales, colectividades).

Esta línea de estudio de los intermediarios culturales se centra en las funciones de estos actores en la negociación de las diferencias culturales y en la socialización de públicos marcados por la otredad cultural –muchas veces, en ambos casos, correspondientes a situaciones de diferencia étnica. Este tipo de trabajos sobre la interculturalidad son frecuentes en los estudios de las relaciones internacionales y de las migraciones: un ejemplo son los trabajos de Thierry Fabre (1991, 1992) en torno a la relación entre Francia y Argelia, retomados por otros autores que abordan cuestiones inmigratorias (Hargreaves, 1998; Affaya, 2003). Estos estudios se centran en actores que negocian la relación de los inmigrantes con el contexto de llegada y estudian su papel en la vinculación de los migrantes con redes de asistencia y con instituciones estatales. Según Fabre, los intermediarios culturales “aseguran vías de paso entre esferas culturales diferenciadas” (1991). Affaya los define como los “hombres frontera” que “tejen relaciones entre los grupos afectados y las instituciones” (2003: 111), enfrentándose a un doble peligro:

“o bien corren el riesgo de convertirse en instrumentos manipulados por los poderes de los países de acogida para ‘atenuar las tensiones y, a fin de cuentas, como artesanos de la integración, prepararían una asimilación al modelo político-cultural dominante’, o bien sus acciones serían ‘un prisma deformante’ (...) es decir, que sus intervenciones se convierten en obstáculos a una verdadera mediación en la práctica cotidiana.” (Affaya, 2003:112)

Estos trabajos emplean el concepto de intermediarios culturales para referirse a actores que de alguna manera participan en dos culturas a la vez, operando como traductores recíprocos que corren el doble riesgo de, por un lado, ser cooptados por una de las dos alternativas, o bien de autonomizarse y perder su carácter de verdaderos intermediarios².

² Este riesgo de autonomización puede entenderse también como un proceso de profesionalización, tal como lo describe Erving Goffman con relación al rol de los representantes de personas estigmatizadas, quienes “al convertir su estigma en una profesión, (...) están obligados a tratar con representantes de otras categorías, descubriendo de esa manera que rompen con el círculo cerrado de sus iguales (...) dejan de ser, en términos de participación social, representativos de las personas que representan” (1963:40).

También es común encontrar el uso del concepto de intermediario cultural en múltiples estudios relacionados con el desarrollo de proyectos de modernización de diverso tipo, en el contexto de sociedades en vías de desarrollo. En estos casos, se trata muchas veces de un uso más bien técnico e incluso administrativo del concepto, ya que son informes y/o propuestas de programas en los que se recomienda la participación de actores culturalmente sensibles para la introducción de las innovaciones en cuestión. Un área de frecuente aplicación de este enfoque son las políticas de salud pública: por ejemplo, en programas de difusión del uso del preservativo, campañas de vacunación o políticas de prevención de determinadas plagas controlables con conductas de higiene. Las evaluaciones de estos programas involucran con relativa asiduidad una producción de conocimiento en torno al rol de los intermediarios culturales (algunos ejemplos son Wenger, 1995; Soskolne y otros, 1998; NCCC, 2004).

Los nuevos intermediarios culturales

En 1979, Pierre Bourdieu publica su ya clásico trabajo sobre el gusto en la sociedad francesa, *La distinción*. Aquí introduce la figura de los nuevos intermediarios culturales para referirse a un grupo de actores que define, en un párrafo tantas veces citado, de la siguiente manera:

“La nueva burguesía se realiza en las profesiones de presentación y representación (representantes de comercios y publicitarios, especialistas de relaciones públicas, de la moda y de la decoración, etc.), y en todas las instituciones dedicadas a la venta de bienes y de servicios simbólicos.” (1979:363)

Estos actores tienen por función la de difundir y socializar ciertos modos de relación con los bienes materiales y simbólicos, imponiendo una relación legítima con el consumo que delinea un estilo de vida³. Se trata de una posición social cuyo rasgo sobresaliente es la indeterminación, la apertura y el riesgo. Siguiendo el análisis de Bourdieu, los nuevos intermediarios culturales son el producto de transformaciones más amplias de la economía, en particular “el aumento de la parte que corresponde, en la producción de bienes, al trabajo simbólico de producción de la necesidad” (1988: 349). En este sentido, son un resultado indirecto de la difusión de la educación superior, el

³ Como señala Ana Wortman (2004), el trabajo de Bourdieu puede inscribirse en una línea de pensamiento que se inicia con ciertos trabajos de la Escuela de Frankfurt y luego es continuada por Daniel Bell (1976), quienes estudian la imposición de patrones y valores en la sociedad por parte de las industrias culturales, y de los productores culturales a ellas asociados.

crecimiento de las industrias culturales y la ampliación del área de servicios. Estos procesos dan lugar al surgimiento de nuevas profesiones en las cuales se ubican los nuevos intermediarios culturales.

La diferencia específica de este enfoque que refiere a los nuevos intermediarios culturales, con respecto a la perspectiva de la interculturalidad que reseñamos más arriba, es que en este caso la intermediación es primordialmente intrasocietal. No se trata de una intermediación entre culturas distintas, sino más bien de una tarea de difusión cultural al interior de la sociedad -entre estratos sociales-, de socialización en nuevos estilos de vida asociados con el consumo de bienes simbólicos. El problema que estos nuevos intermediarios culturales vienen a resolver es el de la proliferación de objetos culturales, de información y de ofertas de consumo, y la necesidad de guías para el uso legítimo de este exceso de oferta.

Ahora bien, si el trabajo de Bourdieu dio inicio a una serie de reflexiones teóricas y estudios sobre los nuevos intermediarios culturales, en sus propias investigaciones no desarrolló esta cuestión. Como señala Keith Negus (2002), es llamativo que en sus estudios sobre el campo artístico y literario no encontremos una preocupación particular por el papel de estos actores. Pero el concepto propuesto por Bourdieu fue retomado más tarde por Mike Featherstone (1991), quien desplegó en forma teórica esta perspectiva sobre los intermediarios culturales como uno de los elementos centrales de su sociología de la cultura posmoderna.

Según Featherstone, es posible explicar el posmodernismo en términos de la dinámica de las relaciones intergrupales y el equilibrio de poder entre distintos tipos de actores, siendo entonces clave el ascenso de los intermediarios culturales. Su importancia contemporánea sería el resultado de:

“procesos de largo plazo que llevaron a un aumento general en el número de especialistas en producción, difusión y reproducción simbólicas, e hicieron que se modificaran sus relaciones con otros grupos de la sociedad y se elevase tanto su valoración general por parte de la sociedad como su propia capacidad de promover y demostrar su eficacia social.” (1991:72)

Los intermediarios culturales tienen profesiones ligadas a la cultura de consumo, generalmente asociados con algún tipo de industria cultural, o bien se desempeñan en posiciones asistenciales. Se caracterizan por tener una actitud de aprendizaje y de apertura ante la vida, aunque sus trayectorias en la educación formal no suelen ser

demasiado prolongadas. Cumplen la función de proveer “pedagogías populares y guías del vivir y el estilo de vida” (op.cit: 74), y a través de su labor de difusión generan por un lado una pluralización de los estilos de vida disponibles, y por otro lado una estetización de la vida cotidiana.

Las propuestas de Featherstone han sido criticadas por carecer de bases empíricas y por su excesivo optimismo con respecto al carácter progresivo de los intermediarios culturales. Partiendo del énfasis que el propio Bourdieu colocaba en la indeterminación de la posición de los intermediarios culturales, Featherstone le adiciona una valoración optimista, al convertir este rasgo en una oportunidad política para el desafío a la tradición y la apertura progresista:

“Esta fracción de la nueva clase media, los especialistas y los intermediarios culturales, representa a un grupo perturbador para las antiguas virtudes pequeño burguesas y la misión cultural del tatcherismo” (1991:51)

Este carácter revulsivo de los nuevos intermediarios culturales se asocia con su potencial para colaborar en la difuminación de distinciones conservadoras como la que separa alta/baja cultura, provocando una “deconstrucción de las jerarquías simbólicas” (op.cit: 57). Además, en tanto los intermediarios culturales abogan por una miríada de estilos de vida diversos, Featherstone plantea que se produciría cierta pluralización de las alternativas legítimas.

Aportes contemporáneos para un balance crítico

En 2002, la revista británica *Cultural Studies* dedicó un número a la cuestión de los intermediarios culturales, en el cual se presentan revisiones teóricas y estudios empíricos que marcan una serie de críticas frente al desarrollo y los usos que este concepto venía recibiendo. Sean Nixon y Paul du Gay (2002) hacen un llamado para la limitación de los usos del concepto de intermediarios culturales, al que ven en riesgo de convertirse en una categoría demasiado inclusiva abarcando actores muy heterogéneos en términos de sus ocupaciones profesionales, disposiciones culturales y bagajes de conocimiento. Señalan también la necesidad de realizar estudios empíricos, dado el abundante trabajo teórico existente, que permita evaluar las proposiciones comúnmente aceptadas sobre el rol y la importancia de los intermediarios culturales. Este trabajo empírico debería además, según los autores, contribuir a moderar “la excesiva tendencia

a realizar juicios de valor presente en las evaluaciones de estos grupos” (2002:498). Como contrapartida, Nixon y du Gay creen que hay todavía mucho por ganar en el estudio de los intermediarios culturales, ya que resulta una vía de entrada a “la arena de la circulación cultural, y en particular el estudio del terreno comercial y de la cultura comercialmente producida, evitando el exagerado énfasis en el consumo” (2002: 498). Este enfoque permite centrar la mirada en los vínculos entre producción y consumo, una de las vertientes más fértiles en el estudio de los intermediarios culturales. El artículo de Liz McFall (2002) plantea que la tendencia dominante en los abordajes de los intermediarios culturales –como gran parte del trabajo en estudios culturales, se podría agregar- carece de una adecuada contextualización histórica. Esta crítica a su vez la lleva a afirmar que la pretendida novedad de los intermediarios culturales debe matizarse con estudios de más largo plazo. Además, la autora señala que este tipo de enfoque asume acríticamente una separación conceptual entre la economía y la cultura que limita la comprensión de sus múltiples conexiones.

Los trabajos compilados en *Cultural Studies* han establecido un punto de giro a partir del cual se desarrollaron nuevos estudios que atienden a los recaudos teóricos y metodológicos planteados. Sin embargo, queda aún por marcar una falencia del abordaje más frecuente de los nuevos intermediarios culturales. Los estudios empíricos se han centrado generalmente en analizar cómo estos actores se auto perciben, cuáles son sus hábitos, cómo se definen, qué los caracteriza, etc. Según Joanne Entwistle, el resultado es que “el proceso real de mediación ha sido desatendido por análisis centrados en las identidades culturales de los mediadores mismos” (2006:706-7).

En síntesis, la perspectiva contemporánea apunta la necesidad de precisar el alcance del concepto de intermediario cultural (a qué tipo de actores se refiere); desarrollar trabajos de indagación empírica; contextualizar históricamente y atender al largo plazo; atender a las estrategias, prácticas y funciones de los intermediarios culturales, especialmente en relación con el vínculo producción-consumo; y problematizar la escisión conceptual entre lo cultural y lo económico, o lo cultural y lo comercial.

Una combinación de enfoques: los intermediarios culturales en procesos de integración regional

El recorrido bibliográfico que hemos esbozado en torno de la cuestión de los intermediarios culturales responde a la necesidad de formular un marco teórico-conceptual para el estudio de la dimensión cultural de la integración regional en el Mercosur. En particular, nuestro proyecto aborda la cuestión de la circulación de obras cinematográficas entre Brasil y Argentina, por tratarse de los países que poseen una mayor producción y mercados potenciales. Asumimos que la circulación de filmes se ve condicionada en particular por las prácticas de tres tipos de actores que pueden ser calificados como intermediarios culturales: los distribuidores, los exhibidores y los críticos de cine.

En nuestra propia indagación, centrada en la circulación de bienes culturales en el proceso de integración regional del Mercosur, nos proponemos combinar las dos tradiciones de estudios sobre los intermediarios culturales. Esta combinación es necesaria para interpretar un proceso que involucra una situación de interculturalidad, de puesta en contacto de culturas nacionales -con todos los matices que esta expresión exige- en una integración regional que, en el ámbito cultural, es ampliamente liderada por las industrias culturales. Es decir, se trata de un objeto de estudio que combina aspectos que han sido estudiados por el enfoque de la interculturalidad (la integración regional y el contacto entre culturas) con una participación de actores que son mejor descritos por los trabajos que abordan la intermediación cultural en relación con las industrias culturales, en la línea iniciada por Bourdieu.

En este sentido, resulta clave la línea propuesta por George Yúdice (2002) en torno a la intermediación cultural, quien introduce este problema en el marco de los procesos de globalización y regionalización al proponer la figura de la intermediación cultural transnacional. Reflexionar sobre los fenómenos asociados con el libre comercio y sus efectos en el ámbito cultural, así como sobre los actores que gestionan y regulan los intercambios, supone para Yúdice problematizar ciertas dicotomías que entran en contradicción: lo local y lo cosmopolita, lo nacional y lo exótico, lo privado y lo público. La figura del curador sirve como paradigma para pensar el rol de los intermediarios culturales transnacionales. La función curatorial adquiere enorme importancia, sobrepasando el papel de los propios productores/creadores:

“Los curadores, al igual que los funcionarios ejecutivos del más alto nivel, son los ‘expertos institucionalmente reconocidos’ de sus mercados y conducen el significado y el estatuto de sus productos y de su imagen a través del sistema de distribución (la adquisición, exposición e interpretación del arte).”(Yúdice, 2002: 289)

En el mundo del cine, la figura más cercana a la del curador es el programador de festivales y/o ciclos de cine, en general correspondiente a espacios de exhibición sostenidos por fondos públicos. En el circuito privado, la función curatorial es compartida por el distribuidor y el exhibidor. Cabe destacar que en la industria cinematográfica cobra una mayor importancia esta función de intermediación cultural que ejercen los actores de la distribución, debido a la estructura organizativa del sector. Como señalan Scott Lash y John Urry (1994) la industria cinematográfica es un caso de especialización flexible en la cual el subsector de la producción de cine se encuentra muy fragmentado, mientras que la distribución y la exhibición se encuentran altamente concentradas. A ello debe sumarse que el alto requerimiento de capital de la industria cinematográfica otorga un mayor dominio a los grandes actores de la distribución, situación que si bien existe en otras industrias culturales, es más notoria en la del cine.

De los estudios sobre nuevos intermediarios culturales (Bourdieu, Lash, Featherstone y los desarrollos más recientes), podemos distinguir entre dos tipos de trabajos: aquellos que analizan la identidad de los actores, y aquellos que se centran en sus prácticas. En nuestro caso, retomaremos la vertiente que se enfoca en el análisis de las prácticas de los intermediarios culturales como forma de explorar el problema de la circulación, en tanto resultado de operaciones de intermediación entre la producción y el consumo. Pero de los estudios del primer tipo nos interesará recuperar el análisis de la influencia de ciertos rasgos identitarios de los intermediarios culturales en sus prácticas. Debido a que trabajaremos con un contexto de integración regional de distintos países, nuestra atención se centrará específicamente en la identidad nacional de los intermediarios, para explorar cómo condiciona su trabajo. El trabajo de David Wright muestra que “los intermediarios culturales, en tanto trabajadores culturales, están insertos en la reproducción de los aspectos culturales de la clase social (...), en vez de simplemente ser los líderes del gusto de una modernidad reflexiva” (2005:105). En nuestro caso, nos interesará analizar cómo los intermediarios culturales reproducen aspectos de su bagaje

cultural ligado a una tradición nacional, es decir que buscaremos indagar cómo sus identificaciones nacionales condicionan sus prácticas laborales.

Otra cuestión que surge como relevante de nuestra revisión bibliográfica es que los actores caracterizados como intermediarios culturales persiguen objetivos a la vez económicos y simbólicos. Esta afirmación implica que deja de tener sentido distinguir entre intermediarios culturales e intermediarios comerciales. La distinción entre lo comercial y lo cultural aparece claramente cuestionada por los trabajos teóricos y empíricos sobre los intermediarios culturales. Podemos mencionar el estudio de Joanne Entwistle sobre el rol de los compradores de ropa para cadenas de moda ('fashion buyers'), en el que queda clara la doble faceta económica y cultural de su trabajo:

“Los comerciantes de arte y los compradores de moda actúan, ambos, como agentes culturales, creadores simbólicos de productos con un alto valor cultural, que a su vez ayudan a formar gustos en este proceso, y además, por necesidad, actúan también como agentes económicos debido a que sus acciones están orientadas hacia el mercado” (2006: 709)

De acuerdo con este enfoque los agentes de la distribución de cine, por ejemplo, cuyos intereses son primordialmente económicos, serían también intermediarios culturales. Pero al respecto surgen algunas cuestiones en mi trabajo de investigación, que problematizan esta indistinción. En los primeros acercamientos a mi objeto de estudio he podido comprobar que para algunos de los actores, esta distinción entre lo comercial y lo cultural tiene sentido y es utilizada por ellos para representarse su papel. En una entrevista, el dueño de una empresa distribuidora, quien a su vez ocupaba el cargo de presidente de una institución cuya finalidad era promover las exportaciones de películas brasileñas, señalaba:

“el proyecto de APEX es un proyecto de comercio, no es un proyecto cultural. Uruguay y Paraguay no son mercados. La verdad es que cuando compra Argentina, llevan a Uruguay y Paraguay. Ellos distribuyen en Uruguay y Paraguay. Entonces no hay mucho interés, porque es un programa co-mer-cial.” (Presidente SICESP, 2006)

En términos antropológicos, deberíamos considerar que la oposición comercial versus cultural es una categorización nativa, es decir, propia de los actores. Esta dicotomía sirve para explicar y justificar sus acciones: el actor, al definirse como intermediario comercial, apela además a una serie de argumentos que se asocian con esa condición.

Sus prácticas como distribuidor estarán orientadas, según su discurso, por parámetros económicos, por cálculos de costo/beneficio, seguridad de la inversión, etc. En este punto, puede resultar esclarecedor recurrir a los aportes de la antropología económica, y particularmente los trabajos de Arjun Appadurai (1988) que enfatizan los vínculos entre economía y cultura. Según esta línea, la interpretación de los costos, inversiones, beneficios, riesgos, aún cuando se planteen como resultado de la racionalidad, también están basadas en concepciones culturales. En este sentido, la vía más fructífera posiblemente sea interrogar qué función cumple en el discurso de los intermediarios culturales y cómo condiciona sus prácticas la representación de la diferencia entre lo comercial y lo cultural.

Bibliografía

Affaya, Noureddine (2003): “La confianza y el cambio del paradigma migratorio” en *Revista CIDOB d’Afers Internacionals*, Nº 61-62, Fundació CIDOB.

Appadurai, Arjun (1988): *La vida social de las cosas*, Grijalbo, México.

Bourdieu, Pierre (1988)(1979): *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*, Taurus, Madrid.

Cronin, Anne (2004): “Regimes of mediation: advertising practitioners as cultural intermediaries”, en *Consumption, markets and culture*, Vol.7.

Entwistle, Joanne (2006): “The cultural economy of fashion buying” en *Current Sociology*, Vol.54.

Mike Featherstone (1991): *Cultura de consumo y posmodernismo*, Amorrortu, Buenos Aires.

Goffman, Erving (1995) (1963): *Estigma. La identidad deteriorada*, Amorrortu, Buenos Aires.

Hargreaves, Alec G. (1998): “The Bourgeoisie: Mediation or mirage?” en *Journal of European Studies*, Vol.28.

McFall, Liz (2002): “What about the old cultural intermediaries? An historical review of advertising producers” en *Cultural Studies*, Vol.16 (4).

National Center for Cultural Competence (2004): *Construyendo puentes para eliminar las disparidades médicas. El papel esencial de los programas de intermediación cultural*, Georgetown University.

Negus, Keith (2002): “The work of cultural intermediaries and the enduring distance between production and consumption” en *Cultural Studies*, Vol.16 (4).

Nikon, Sean y du Gay, Paul (2002): “Who needs cultural intermediaries?” en *Cultural Studies*, Vol.16 (4).

Soskolne, V.; Shtarkshall, R.A.; Kaplan E.H.; Adler, B. y Leventhal, A. (1998): “Cultural mediator outreach program increases medical follow-up and decreases non-use of condom and pregnancy rates among HIV-infected immigrants in Israel.” en International Conference AIDS.

Wenger, A.F. (1995): “Cultural context, health and health care decision making”, *Journal of Transcultural Nursing*, 7 (1).

Wortman, Ana (2004): “Una aproximación a los nuevos intermediarios culturales del campo publicitario. Individualidades y corporación transnacional” en *Imágenes publicitarias/Nuevos burgueses*, Prometeo, Buenos Aires.

Wright, David (2005): “Mediating production and consumption: cultural capital and ‘cultural workers’” en *The British Journal of Sociology*, Vol. 56 (1).