

**Director**

Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

**Dirección Técnica**

María del Carmen Cevallos

**Publicaciones**

Raúl Salvador R.

**Editor**

Pablo Escandón M.  
 pescandon@ciespal.net

**Portada**

Mayra Cajilema C.

**Diseño y diagramación**

Diego S. Acevedo

**Corrección**

Raquel Rosero

**Suscripciones**

Isaías Sánchez  
 isanchez@ciespal.net

**Chasqui es una publicación del  
 CIESPAL**

Miembro de la  
 Red Iberoamericana de Revistas  
 de Comunicación y Cultura  
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas  
 de América Latina y el Caribe  
 en Ciencias Sociales y Humanidades  
<http://redalyc.uaemex.mx>

**Impresión**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

**CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

Presidente  
 Edgar Samaniego  
 Universidad Central del Ecuador

Gander Falconi  
 Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e  
 Integración

Raúl Vallejo C.  
 Ministro de Educación

Héctor Chávez V.  
 Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar  
 Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton D.  
 Comisión Nacional de UNESCO  
 para los países andinos

José Camino C.  
 Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.  
 Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García  
 FENAPE

Fernando Checa Montúfar  
 Director General del CIESPAL

Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177  
 Fax (593-2) 250-2487

web: <http://www.ciespal.net>

weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>

Apartado Postal 17-01-584  
 Quito - Ecuador  
 Registro M.I.T. S.I.P.I. 027  
 ISSN 13901079

	Pág.		Pág.
<b>Personaje</b>			
Néstor García Canclini: El enfoque cultural de la comunicación .....	4	Publicidad on line y off line: Consumo de medios y adolescentes Lic. Cecilia Mosto Lic. Máximo Paz Lic. Alejandro Gunsberg .....	56
García Canclini: "El hermeneuta de la Globalización" Francisco Ortiz .....	6	Comunicação organizacional através da Internet: Presença da informação de responsabilidade social Fabiane Sgorla Maria Ivete Trevisan Fossá .....	62
Culturas híbridas: En la enseñanza de la comunicación y el arte Hugo Burgos Y. ....	10	La tecnología de la escritura: Del punzón al teclado, del papiro al blog María Cecilia Reviglio .....	68
Lectores, espectadores e internautas: Un tratado de cibercultura no expreso Pablo Escandón Montenegro .....	16		
<b>Portada</b>		<b>Aula</b>	
Desinformación y reconocimiento: Dos nuevas categorías en la sociedad actual .....	22	Lugares, clichés y discurso demagógico Carlos Aulestia .....	72
Consumo e investigación: Recuperar los medios para sus audiencias Carlos Camacho Azurduy .....	32	El cibersalón: Educación superior y YouTube Liliana Castañeda López .....	76
<b>Coyuntura</b>		Periodismo en el extranjero: Una mirada al corresponsal en acción Iván Aldaz Yépez .....	82
Aniversario: La Tribu, a los 20 Colectivo La Tribu .....	38	<b>Publicaciones</b>	84
Modelo de Interacción de Esquemas Mentales: Una aportación al campo de la comunicación en salud Iván Ríos Hernández .....	44	<b>Actividades del CIESPAL</b>	92
Una apertura para el diálogo: La necesidad de lo transdisciplinario Salvador Salazar Gutiérrez .....	50		



**Desinformación y reconocimiento:**

# **Dos nuevas categorías en la sociedad actual**

Néstor García Canclini nos recibió en su estudio de San Ángel, en ciudad de México, en donde conversamos sobre el rol de los consumidores, creadores, receptores, medios masivos y ciudadanos en esta cultura tecnológica y virtual, que vivimos actualmente.

**¿Cómo se dan las nuevas formas de entrar y salir de la tecnomodernidad y de la cibercultura?**

Hay muchos cambios. La misma noción de modernidad ha cambiado, no solo por las transformaciones tecnológicas, sino porque el

conjunto de fenómenos, al cual se denominó vagamente como posmodernidad, ha cumplido su ciclo. Me parece que muy pocos autores sostienen que estamos en una época posmoderna. En cierta manera, se ha recuperado la problemática de la modernidad en un nuevo registro y en un proceso, desde luego, transformador por los cambios tecnológicos: la digitalización, los distintos tipos de globalización económica, financiera, política y cultural. Evidentemente, hablar de modernidad ahora no puede significar lo mismo que en la época del liberalismo clásico de la teoría de la dependencia. En esos procesos, uno de los cambios importantes que ha habido en relación con la comunicación es lo que podríamos denominar el pasaje del predominio del consumo localizado a las múltiples formas de acceso.

En la segunda mitad del siglo XX, hubo una extraordinaria expansión de los estudios sobre consumo cultural. Primero en EEUU, en países anglosajones, desde las viejas tendencias de estudios sobre usos y gratificaciones o públicos de espectáculos, de museos, de televisión, hasta los más recientes trabajos de los 80 y 90 en América Latina, que contribuyeron a repensar, inclusive, el esquema mundial de investigación sobre estos campos.

En general, esos estudios sobre consumo se referían a consumos localizados. Sobre todo vemos, cuando no se referían a instituciones territorializadas, ubicadas en una cierta zona de la ciudad, también eran consumos, hasta cierto punto, delimitados territorialmente, porque se leían sobre todo los escritores del propio país o de la propia lengua, pero que tenían más distribución internacional, o se accedía casi exclusivamente a la tv del mismo país o a la radio de la propia ciudad. Esos mismos medios audiovisuales de la generación anterior a la expansión comunicacional ya se han globalizado, pero además aparecen las otras redes, como Internet, que contienen a los otros medios. Estas otras redes no tienen la localización única, territorial, no son enteramente desterritorializadas tampoco; a veces, uno puede identificar su origen, sus preferencias, en las inmersiones que las alimentan y los públicos a los cuales se dirigen.

Pero hay un modo distinto de relacionarse con los bienes culturales, que podemos simplificar en esta idea del desplazamiento del consumo o de los consumos predominantemente territorializados al acceso diverso a redes con parcial localización pero desterritoriales.

**Hay quienes dicen que hablar de consumo es ser mercantilista, y muchos comunicadores van en contra de esa propuesta. ¿Cuál es su opinión?**

Es una vieja discusión. Ya en los años ochenta los estudios que se hicieron en América Latina, en Inglaterra, en Francia, distinguieron entre consumo de bienes materiales y consumos simbólicos, y se reconoció la importancia de la dimensión simbólica no monetaria o no mercantil en los procesos de consumo.

Las discusiones más interesantes fueron las que llevaron a nombrar los procesos de consumo como procesos de apropiación, recepción, a buscar otro tipo de nombres que reconocieran el papel activo de los consumidores. En rigor, en las teorías contemporáneas del consumo, también se habla de que el consumidor no es un ser pasivo, sino un actor que ni siquiera está al final del proceso de producción-circulación, sino que a veces puede generar producción... Se habla del reciclaje, del uso del consumo como un momento creativo que desencadena nuevos ciclos en la circulación de los bienes.

Un Dj, por ejemplo, toma un producto que preexistía como disco, pero con eso crea otro que podemos decir surge del consumo, del acto de usar el disco, pero genera otras grabaciones de esa experiencia, un prestigio, una circulación del propio Dj como actor cultural. Entonces, lo que vemos es un proceso más bien circular, poco centralizado, en el cual los distintos aspectos del consumo cultural, tanto material como simbólico, se reordenan constantemente como destinos y como iniciadores de los procesos culturales.

**Pasamos de la cultura masiva a la tecnocultura y de ésta a la cibercultura. ¿Cómo colaboran los medios masivos para que los ciudadanos y habitantes de estas sociedades se inserten en**

### **cada uno de estos ámbitos, y cómo hacen para excluirlos?**

No me gustaría hablar de los medios masivos como actores solos. Hay mucha bibliografía que registra las investigaciones en las cuales se ve a los medios masivos como parte de un conjunto completo de procesos culturales en los que intervienen la escuela, la familia, las redes sociales, comunitarias o de amigos, ciudadanas...

Tomemos un caso que es la relación entre los medios y la escuela. En cierto modo, una novedad de las últimas décadas es cómo estos actores se disputan la formación de ciudadanos, en la cual la escuela tenía el papel casi exclusivo; al menos, el Estado así se lo atribuía, en la primera mitad del siglo XX. La escuela tenía la tarea de ocuparse de formar ciudadanos, de habilitarlos en el conocimiento de la historia nacional, las responsabilidades públicas y, de ese modo, permitía insertarse en los procesos sociopolíticos, culturales y aun socioeconómicos. Los medios la vinieron a reemplazar, no totalmente, sino más bien compitiendo con ella.

Suele verse críticamente este papel de los medios porque, efectivamente, la violenta mercantilización de la radio, la tv, el cine, ha llevado a que su papel educador no sea muy apreciado o vaya en direcciones que no son propiamente las de formar ciudadanos, al menos como se lo entendía desde una concepción ilustrada y democrática. Pero también hay que pensar en la escuela, porque lo que ha ocurrido con ella, en casi todos los países de América Latina, es que pasó de estar centrada en la cultura letrada a una escuela donde llegaron las computadoras y los maestros no sabían qué hacer, y que vio la aparición de los medios audiovisuales de comunicación como una amenaza, una enemiga y, por lo tanto, los excluyó.

Los maestros aprenden con dificultad cómo manejar los programas, las enormes oportunidades de comunicación, de edición, de instrucción, de acceso a bienes educativos y culturales que ofrece Internet y la computadora, pero con la dificultad de que no se incluyó en la currícula escolar la etapa de los medios audiovisuales. Desde luego que no se

puede resolver ese hueco simplemente saltando a las computadoras, que nos ofrecen información en varios registros.

La escuela no supo enseñar, salvo excepciones, cómo relacionarse con esos medios. Los jóvenes fueron aprendiendo en la sociabilidad generacional fuera de la escuela, en el trato directo con esos medios.

Llegamos a una situación compleja cuando la noción de ciudadanía se ha vuelto un proceso dudoso, o sea, cuánto podemos cambiar desempeñándonos como ciudadanos. La escuela tiene muy poco que decir acerca de cómo usar los distintos recursos de información, de organización de las demandas y los deseos de las prácticas sociales con vistas al interés público y, por otro lado, la fuerte privatización de gran parte del sistema escolar que tiende a formar más expertos que ciudadanos, técnicos simplemente, y la mercantilización agresiva de los medios que suele desinteresarse de lo público, llevan a que la colaboración entre los distintos actores sea muy difícil. Me parece que hay una responsabilidad compartida en estas deficiencias.

### **Pero algunas instituciones han adecuado los medios para la instrucción formal. ¿Por qué no tienen éxito los programas masivos de educación a distancia que utilizan estos medios: Internet, la TV, por parte de los estados?**

Hay muchas razones. Una es que la gran cantidad de programas de aprovechamiento de la televisión o de los recursos audiovisuales se han hecho sin suficiente capacitación tecnológica, sin capacidad de insertarse en las posibilidades de esos mundos, y subordinando muchas veces a criterios de la cultura letrada lo que se quería transmitir, el modo de organizar la información, el saber. Luego, también ha habido, por parte de los ministerios de Educación y de los gobiernos, una baja captación del poder educador de los medios y de la necesidad de reformar el sistema educativo y capacitar a los actores educativos para esa nueva etapa.

### **¿Se necesita una alfabetización digital, una alfabetización en medios, previa, a los docentes,**

### **para luego hacer una alfabetización con los educandos y los ciudadanos?**

El término alfabetización no me gusta mucho, porque sugiere una adquisición muy elemental de los lenguajes, sea escrito o audiovisual. Preferiría hablar de una educación audiovisual y digital. La experiencia que tenemos, de unos 20 años con Internet y las computadoras que se han instalado en las escuelas, muestra que es muy difícil seguir un proceso por etapas.

De acuerdo con la educación tradicional, primero había que formar a los profesores para que ellos, luego, se preocuparan de transmitirlo a los educandos. Ahora, ellos enseñan a los maestros. Lo que habría que hacer es que todos aprendan de manera simultánea. Esto no quiere decir que debamos olvidar que los maestros tienen una habilitación mayor a ciertos temas o a cierta capacitación para organizar lógicamente los contenidos de la educación, por su largo aprendizaje. Eso es una ventaja, pero hay que reconfigurarla en la nueva relación que establece el acceso diversificado a muchísimas ofertas culturales que vienen envasadas de esta manera en Internet.

**Hace pocas semanas, Alejandro Piscitelli dijo en una entrevista que el docente debería ser como Dr. House, John Locke o Michael Jackson. ¿El sistema educativo está preparado para estos perfiles de un docente que sea más cuestionador que solucionador de problemas y que además utilice toda la parafernalia espectacular para llegar mejor a los estudiantes?**

En parte es una sugerencia útil, pero me parece que uno podría hacer varias aclaraciones:

La primera es que ciertos hallazgos de espectacularización, de seducción mediática, que uno encuentra en estos personajes de los medios ya existían anteriormente en cierta literatura que se publicaba solo en papel, desde los autores de las novelas de folletín del siglo XIX hasta figuras como Umberto Eco o Susan Sontag que supieron incorporar a sus mensajes las estrategias

comunicativas de fascinación de los lectores o de las audiencias en otros medios.

La segunda aclaración es que la tarea de la escuela y de los medios llamados culturales, como la televisión cultural, que no es una denominación muy feliz, tendría que mostrar a las audiencias y a los alumnos que el mundo no acaba en la pantalla, y que a veces acaba mal, como le ocurrió a Jackson, que hay otros mundos posibles, que hay otros modos de revisar el lenguaje, las relaciones entre cultura y espectáculo, entre novela y video. La tarea de la educación en la actualidad es, en gran medida, cómo usar esa enorme oferta que viene en todos los servicios digitales, cómo orientarse en ese universo donde es difícil discernir. Y, a su vez, la posibilidad de crear con esos recursos. La concepción misma de crear ha cambiado, a partir de estos nuevos formatos e intermediarios.

**En un texto suyo se lee que lo colaborativo es propio de lo artesanal, en donde no hay un autor sino que lo que importa es la obra. Es decir, la colaboración y el trabajo especializado generan una obra definida. Esta concepción de volver a lo comunitario se recoge en las posturas de la cibercultura, como un elemento constitutivo de ella. A pesar del desarrollo tecnológico, esta práctica del trabajo en equipo nos regresa hasta antes de la existencia del erudito, que lo sabía todo y lo podía todo. ¿Llegamos a una anulación completa del autor y al nacimiento de un conglomerado que crea, como dice Derrick De Kerchove y Howard Reinghold?**

La idea de que el autor ha muerto tiene varias décadas; desde los 70, algunos estructuralistas y postestructuralistas lo han argumentado, pero siguen habiendo autores.

La pregunta convendría modificarla: ¿cómo existían los autores antes y cómo existen ahora? Antes hubo una idealización del autor-dios, que creaba de la nada, que sacaba un nuevo objeto, un libro, una película... y ofrecía algo que nunca había existido. En rigor, esa es una noción idealista, completamente endiosadora de una figura que siempre ha tenido una posición social.

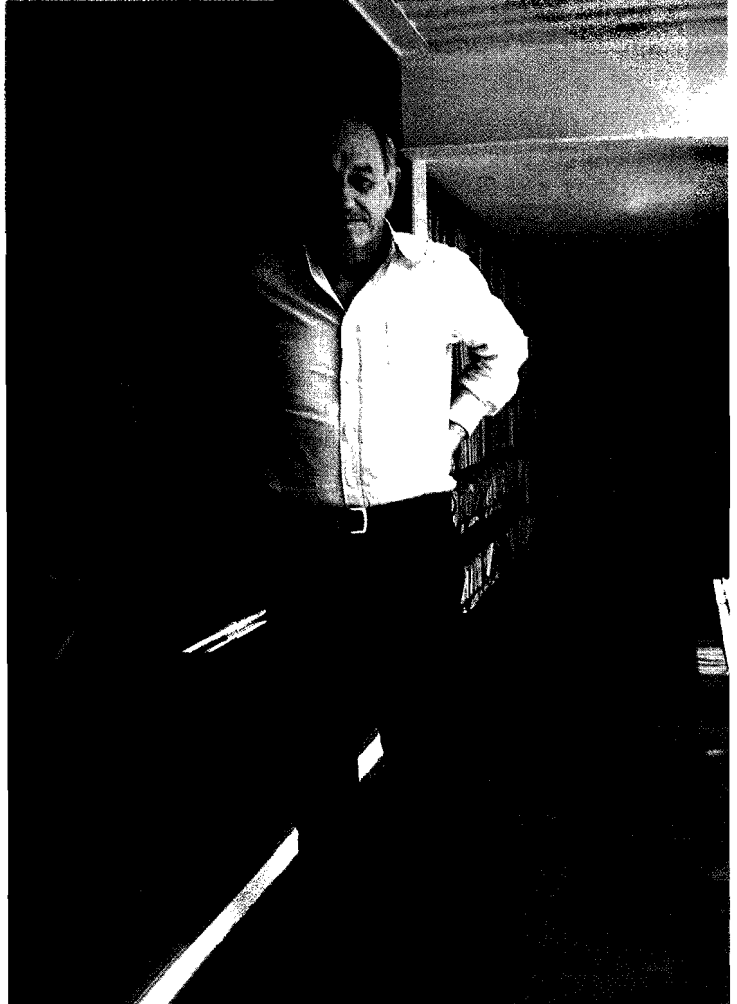
Uno de los autores más imaginativos, que también ha cuestionado la noción del autor, Jean Luc Godard, no creó de la nada; sus películas están repletas de citas, en primer lugar de Brecht.

Este autor del arte predigital o preelectrónico, del arte de la cultura letrada, de las novelas, los poemas hasta la cultural audiovisual, también era un autor que condicionaba, que estaba en la trama de una sucesión de procesos, que pensaba en el editor que lo podía publicar, en los lectores que podían leerlo, aunque fueran lectores imaginarios. Ahora, seguimos teniendo autores, seguimos buscando autores que nos guíen. Los medios también proponen la existencia de autores o de figuras iniciadoras. La idea de originalidad se ha contagiado a los medios.

Sin embargo, las condiciones de la autoría se han modificado. Una es el autor marca; ciertos autores que han escrito *best sellers* y luego han sido filmados son marcas, la gente espera la nueva novela y su película; pero también está otra autoría más compleja, que es la autoría empresarial; la mayor parte de los públicos, del cine y telenovelas o incluso de videos en *youtube*, buscan el sitio en el que van a encontrar lo que esperan o lo que les gusta o confían en que ciertos productores o distribuidores les van a ofrecer lo que les va a dar placer, en lugar de al autor intelectual.

Es curioso como el papel del director y de los guionistas en los anuncios de las películas ha disminuido; lo que crece es el nombre de los actores y de las divas, así como de la productora. Si vemos un partido de fútbol en México, el comentarista dice frecuentemente que, al repetir una imagen muy lograda de un jugador, esa es la imagen *Televisa*, o como en Brasil sería la imagen de la cadena *O Globo*.

El logo de la empresa aparece con una capacidad autoral de garantía, de calidad, de innovación,



asociada al éxito, a la felicidad de una jugada futbolística o de una telenovela exitosa. Hay una reconfiguración en el sentido de la noción del autor, pero yo no diría que desapareció la función autoral. Quizá hoy es más evidente que hace 30 años, que la figura autoral es una figura dependiente de otros que tienen que intervenir.

### **¿Cómo sería un autor alternativo, por fuera de la empresa, de la marca?**

Hay también la noción de lo alternativo, que se ha modificado mucho. Es muy polisémico, porque va desde los movimientos sociales y culturales, como las ONG y los grupos teatrales independientes que quieren ser alternativos respecto de la cultura oficial, hasta las apropiaciones y resignificaciones de lo alternativo por poderes hegemónicos. Hollywood nos propone líneas alternativas de

*thrillers*, de espectáculos, y recurre a realizadores asiáticos, apropiándose de otros tipos de procedimientos y figuras autorales no tradicionales de esa cultura.

### **Entonces, lo establecido busca a los alternativos para incorporarlos al sistema...**

Sí. Hay un gran tema en la teoría social actual, que es repensar las nociones de inclusión y exclusión.

En la primera modernidad habíamos supuesto que lo deseable era incluir a todos, al menos a las mayorías, que todos tuvieran vivienda, alimentación, salud, educación, acceso a la creatividad. Hoy no solo ha aumentado el número de excluidos: sino que ha pasado a naturalizarse esa exclusión, a verse como la forma en que el sistema debe funcionar.

¿Qué respuesta ha habido desde la sociedad? Siguen existiendo demandas para ser admitidos, para ser incluidos en las escuelas, en las universidades, para tener acceso a los medios masivos de comunicación, para que se democratice la oferta hegemónica, pero hay un enorme sector de grupos jóvenes a los que no les interesa esa inclusión y que optan por redes informales, por la piratería, que construyen alternativas de creación, de comunicación y recepción fuera del sistema hegemónico.

En ese sentido, lo que observamos, a partir de las últimas encuestas sobre jóvenes, es que un altísimo porcentaje, más del 70% en México, consigue trabajo en el sistema informal, no legal; consumen lo que se llaman productos piratas, o descargan de la Red. Se sitúan en la sociedad tratando de reproducir su vida y la vida de su grupo sin tomar en cuenta las ofertas hegemónicas y sin preocuparse por disputar una democratización más justa de esos bienes.

Lo alternativo empieza a ser algo hecho al margen, al costado, y con ignorancia del sistema. Dadas las cifras tan altas, esto deja de ser marginal, en el sentido que lo entendía la teoría de la marginalidad de los años 70, y pasa a ser un fenómeno

constitutivo de la reproducción social, que además tiene muchas relaciones con el sistema hegemónico. A veces estas relaciones son ocultadas o ignoradas, pero como sabemos gran parte de la piratería está manejada por mafias que son, en muchos casos, las que manejan las salas de cine y las distribuidoras internacionales de películas.

Esto se vuelve más complejo al momento de redefinirlo en la Red. ¿Qué es alternativo y qué no lo es? Escenas oficiales incorporadas a las campañas políticas preelectorales de los partidos políticos en *youtube*, junto con las sátiras que hacen grupos poco conocidos, de esas mismas situaciones de la corrupción o de la descomposición como sistema político. Esas barreras, esas fronteras, que veíamos más estructuradas entre los incluidos y los excluidos, se han movido mucho, y hay muchos que no desean ser incluidos.

### **Las fronteras entre popular y alta cultura estaban completamente delimitadas. En la cibercultura esa frontera está difuminada, a pesar de que utilizan los mismos instrumentos y modos. ¿Cómo vemos que estas formas alternativas funcionan y van creando poéticas nuevas y diferentes?**

La noción de popular ha perdido eficacia hace mucho tiempo, se ha ido reconfigurando. Yo no digo que haya perdido totalmente su sentido, pero, cuando vemos que se denominan partidos populares algunos que han obtenido el 2% del electorado o que las audiencias se fragmentan en muchas minorías, la noción de lo popular no tiene ya ni el carácter asociado a lo folclórico, a lo tradicional, que tuvo hace muchos años, ni el carácter de lo popular masivo que adquirió en el período de hegemonía de los medios audiovisuales como la radio y la tv, o que tiene en inglés; cuando se habla de *pop culture* se piensa en *soap opera*, en los medios, no en la cultura artesanal.

En la actualidad, ninguna de las dos funcionan mucho; siguen actuando, pero la noción de lo popular ha perdido eficacia productiva a nivel de conocimiento. Me parece que esto tiene que ver



con el cambio en los circuitos de comunicación, en los lugares donde se informan y se entretienen los sectores que antes llamábamos populares y que a veces no son muy distintos de los hegemónicos. Desde el punto de vista económico y educativo, tiene que ver con dos hechos: la transnacionalización de todos los bienes culturales, tanto los que llamábamos de alta cultura como los populares, y la subordinación a lógicas mediáticas de bienes culturales tradicionales, folclóricos, masivos, de la cultura letrada, de la cultura escrita o audiovisual, y también con el modo en que se han reconfigurado las relaciones entre totalidad y fragmentación en la cultura de todos los sectores y estratos de la sociedad.

Casi ya no existen amplios sectores sociales que creen totalidades únicas, con un acceso más valioso a obras completas, por ejemplo. Todos escuchamos movimientos aislados de una sinfonía en radio, cuando vamos en el coche, todos disfrutamos fragmentos de una novela que no leemos completa, y esto ha dejado de ser un estigma. En la enorme diversidad de ofertas, en el enriquecimiento de la cultura contemporánea, a veces tiene menos importancia el conocimiento completo de un autor, de una obra, que todavía tiene valor para algunos, que la diversidad de conocimientos, de informaciones, el acceso a lo más reciente, lo *in* o lo más valorado por los muchos grupos a los que uno pertenece.

**Dentro de estos muchos grupos, ¿cómo ha potencializado Internet la creación de redes de lo que era antes, cómo funciona esto de la hibridación, también, y de la inclusión y exclusión?**

La abundancia y la diversidad de Internet han favorecido una desjerarquización de los bienes culturales. Hace 20 ó 30 años, algunos podían sentir conflicto entre sus preferencias por las telenovelas y sus preferencias por Borges. Hoy nos movemos con mucha fluidez entre distintos escenarios que antes denominábamos cultos y populares, y esto se ve, por ejemplo, aún en los circuitos que siguen manteniendo una estructura terminantemente localizada y tradicional de reproducción de la

cultura, como las galerías y los museos de arte. Las galerías tienen una función no solo mercantil sino de consagración de las tendencias artísticas, pero los especialistas más sofisticados, aun los que más viajan, se enteran de lo que sucede por Internet. Esto no solo tiene que ver con el uso que hacemos de Internet, sino en el modo mismo de organización de la cultura letrada.

Yo comencé a seguir la publicación más importante de arte contemporáneo hace pocos años. Al principio, me llamó la atención que cada vez más disminuía el número de páginas dedicadas a artículos o a reseñas dedicadas a exposiciones, y aumentaba el número de páginas de publicidad, hasta que llegué a comprender que la publicidad de las galerías de todo el mundo es un modo de informarse, y esa revista se ha reconfigurado con una lógica que no es la de las revistas libro; entonces habitamos un universo de información multimedial donde sabemos lo que hay en galerías distintas, porque entramos en los sitios de la galería o del museo en Internet, porque vemos las obras de los artistas en sus páginas digitales o porque las propias publicaciones más especializadas y valoradas por el campo artístico mezclan publicidad con información, con opinión, con imágenes, en un vértigo informativo que es el modo actual de saber qué pasa.

**En el capítulo “Poderes Oblicuos” de *Culturas híbridas*, Ud. hace una referencia al nacimiento de Inodoro Pereira, muy similar al del Martín Fierro, y anota que Pereira dice, al negarse a la invitación de ir a las tolderías: “A esto ya me parece que lo leí en otra parte y yo quiero ser original”. Con esta declaración del personaje del negro Fontanarrosa, recuerdo lo opuesto que escribió Borges cuando su personaje Pierre Menard redacta en otro tiempo y en otra realidad el mismo texto del Quijote. Fontanarrosa proviene de la literatura, del mundo gráfico, de los medios; Borges, de los libros, de la filosofía. Milan Kundera dice que lo importante es la obra y no la persona; tanto Borges como Fontanarrosa están en lo correcto, pero ¿quién de los dos encajaría mejor en la cultura actual y por qué?**

Los dos. Porque en cierta manera, ambos registraron una misma preocupación: el agotamiento vanguardista de la novedad.

Fontanarrosa lo hizo de un modo irónico, colocándolo en un gaucho, en la reelaboración del estereotipo del gaucho que él lo construyó magníficamente. Y Borges, en Pierre Menard, un hombre culto y en referencia de un texto fundacional de la cultura occidental.

Pero Borges también anticipó Internet en *El Aleph* y en otros relatos. Es conocido en muchos estudios sobre la cibercultura, como un anticipador. De manera que los dos encajan y de un modo parecido, con ironía, burlándose de la manía por la originalidad, en un mundo donde la originalidad absoluta está demostrada que es imposible.

**Las colecciones y los territorios son establecidos por los poderes, ¿qué hacemos cuando navegamos por los mapas de fotos satelitales y entramos a Machu Picchu, a la Ciudad Prohibida de Pekín o al Vaticano para ver lo que el tiempo y el espacio antes nos negaban? Somos libres con Internet o es un itinerario preconfigurado ya por la autoridad que diseñó este camino, simulando lo que Borges hizo en su cuento "El jardín de los senderos que se bifurcan"...**

Borges tuvo la maestría de advertirlo como fenómenos que se volverían evidentes en la cultura contemporánea. También me gustaría agregar que se anticipó en sus juegos de indecisión, de indefinición entre original y copia. Una de las consecuencias más rotundas de Internet sobre la cultura ha sido desdibujar la diferencia entre el original de la copia, y esto Borges lo convirtió en fuente de creatividad, de burla, de un gesto de humor culto, pero que hoy puede ser entendido por muchos lectores no muy entrenados, jóvenes, djs, quienes manejan Internet con soltura pueden entender a Borges con mucha claridad.

El autor es una posición dentro de un circuito, de una red social, y quizá, podríamos decir que logra ser autor en la medida en que hace un giro no

previsto, no realizado hasta ese momento. Pero un autor lúcido sabe que esa innovación va a ser modificada inmediatamente desde el momento en que cuatro lectores conozcan el texto y lo interpreten de manera distinta o se les ocurra modificarlo.

Quizá Borges tuvo la singularidad de ser uno de los últimos autores de los cuales es difícil escribir como él. Me decía hace poco un músico que es muy fácil escribir música a lo Mozart. Se carga en la computadora las 1800 partituras, se las combina y sale la música, pero con Borges es un poco más difícil, y parece que hay algo que él había logrado y que no es tan fácil de reproducir. No vamos a pretender que Borges haya logrado el absoluto, pero muchísimos, si se lo proponen, pueden hacer textos al modo de otro. *Rayuela* fue un hallazgo en un momento no inaugural, pero fue sorpresivo en la literatura internacional porque presentó una manera de articular fragmentos, de combinarlos, con una mayor libertad del lector y generó una serie de rayuelitas...

El autor sigue siendo importante como ese momento de transición, no de innovación plena, pero sí de reformulación de un estado y de un modo de comunicarse.

### **¿Ocurre lo mismo con el autor académico?**

Pocas veces, y cada vez menos. Uno mira el panorama teórico, porque la innovación en ciencias sociales tiene que tener una dimensión teórica, pero estamos desamparados de teoría. Después de Habermas, de Bordieu, de Foucault... no ha habido grandes transformaciones teóricas; hay ensayos, aproximaciones.

### **En *Lectores, espectadores e internautas*, Ud. incursiona en la cibercultura, pero ¿qué es y qué significa para América Latina la Sociedad de la Información y del Conocimiento?**

Primero, no sé si llamarla Sociedad de la Información o del Conocimiento. Prefiero la segunda denominación. Me parece que la idea de que estamos en una sociedad de la información refiere solo a datos, a referencias muy precisas, a

registro de hechos. Sociedad del Conocimiento implica modos de conocer, de organizar el saber, de organizar los datos y las interpretaciones.

Cuando pasamos de la noción de sociedad de la información a sociedad del conocimiento, entre otras ventajas está la de no creer que poniendo computadoras en todas las escuelas y para todos los alumnos se va a saber mejor.

Los problemas del conocimiento, las decisiones epistemológicas, los modos de articular los datos y combinarlos implican procesos mucho más complejos. En una conferencia que di el año pasado en España, al conformarse la Asociación Iberoamericana de Comunicación, se me ocurrió agregarle dos fórmulas más a información y conocimiento, y pensar en qué medida también estamos en la Sociedad del Desconocimiento. Hay enormes estrategias transnacionales para fomentar la ignorancia de lo que sucede. Esto ha sido trabajado hace muchas décadas, cuando se establecieron las agendas de la selección de la información en los noticieros y las programaciones de televisión, pero ahora aparecen como estrategias mucho más elaboradas.

La guerra de Irak, la puesta en escena que se hizo en Naciones Unidas para tratar de demostrar con pruebas que había armas de destrucción masiva, por lo tanto se justificaba la invasión, se ha repetido en muchísimos pueblos. Recuerdo lo que ocurrió en Madrid con las bombas en los trenes de cercanías, cuando el gobierno trató de convencer, primero a los directores de los medios a los que convocó y, luego, a la población española de que era un atentado de ETA; fue muy interesante en ese caso, no siempre, que los teléfonos celulares, los móviles, se usaron para crear una contrainformación que llevaron a sospechar de la información oficial y más bien daban evidencia de que había sido Al Qaeda. Pero lo que vimos ahí fue una estrategia del gobierno de Aznar, reproducida durante un día por periódicos españoles y por la tv, para generar desconocimiento.

Agrego una cuarta línea, que es lo que llamaría, a partir de Paul Ricouer, la sociedad del

Reconocimiento. Cómo el conocimiento puede servir no solo para informarnos sino para reconocernos de otra manera. En una época de intensa interculturalidad este aspecto es fundamental. No es posible pensar que vamos a resolver ninguno de los problemas sociales si lo vemos en términos de Sociedad del Conocimiento. Hay ahí un gran abismo: todavía no sabemos cómo pensar el Reconocimiento; la ubicación de los procesos del saber son múltiples y no son iguales entre oriente y occidente, entre académicos y ciudadanos, en relaciones interculturales que permitan una convivencia, una cohabitación inteligente.

**Este reconocimiento, alude a lo que dice Omar Rincón acerca de las nuevas sensibilidades en los medios, de los negros, de los niños, de los indígenas, es decir, una particularización de la realidad que nunca fue visible, reconocerlas y tenerlas presentes. Conocemos de manera general sobre las culturas, pero cuando estamos inmersos en ella no sabemos manejarlos y no la comprendemos. ¿Esa sería la nueva forma del reconocimiento?**

Hay que desarrollar esa línea de trabajo. Quizá con algunas precauciones. En primer lugar, reconozcamos que ha habido una diversificación de la oferta cultural. Ya la televisión no dice lo mismo en todos los canales. Es cierto que los canales gratuitos se parecen mucho entre sí y compiten por hacer peor lo mismo que tiene más rating... Pero si uno accede a la televisión de pago, de cable, sí podemos tener la programación diversificada, incluso de varios países e idiomas, que no dicen lo mismo que los canales nacionales. Tengo amigos que odian la tv desde una mirada culta y solo ven canales *gourmet*; entonces encuentran su lugar en la televisión y así hay canales para todas las audiencias. No deja de asombrarme que hay canales que pasan las 24 horas dibujos animados manga y animé, entonces me pregunto dónde están los niños y jóvenes que no duermen. El riesgo es que esta diversificación nos lleve a una concepción parecida a la del urbanismo multiculturalista de los barrios segregados, como ocurrió en EEUU. Se creyó

resolver, en el siglo pasado, el problema de la multiculturalidad al poner a chicanos en un barrio, a afros en otro, a los portorriqueños, y así, a los chinos, coreanos, y eso fracasó.

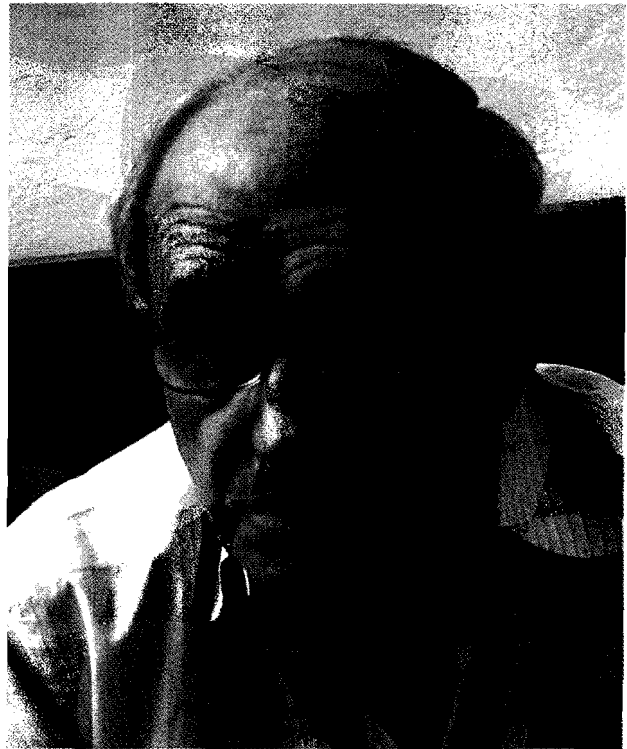
No se trata solo de que tengamos canales para todos los gustos, incluso para los sectores que todavía no están representados, como los indígenas, que casi nunca tienen posibilidad de manifestarse en las pantallas, sino de ver cómo trabajar en la convivencia obligada, realmente existente en todas las sociedades, que no solo son multiculturales sino interculturales. Uno de los grandes desplazamientos de agenda de las ciencias sociales ha sido pasar de la celebración de la multiculturalidad a enfrentar la interculturalidad. Tenemos que vivir en ciudades donde se hablan muchas lenguas, en donde pueden ocurrir atentados por grupos fundamentalistas muy alejados, donde también tenemos oportunidades de informarnos y enriquecernos con culturas igualmente alejadas.

**Pero la TV pública y los medios de señal abierta deberían incorporar eso o solamente sería espacio para la tv de pago, porque allí entraríamos nuevamente a la inclusión-exclusión o a lo que se llama la brecha...**

Sí, a mí me parece indispensable que haya una regulación de la televisión gratuita, es decir, de la comercial. Existe, pero es ineficaz y de mala manera. Existe cada vez mayor regulación en tiempos electorales, existe para otros temas, pero no hay una efectiva elaboración en debates; no en mesas redondas aburridas, sino en debates que asuman el lenguaje y la dinámica televisiva de lo que está sucediendo. En ese sentido la tv se está quedando atrasada con respecto a la Red.

**Entonces la TV no estaría en la Sociedad del Conocimiento...**

No. O muy segmentariamente y, a veces, de manera excepcional. La televisión tiende a cerrarse a la especulación mercantil del tiempo y al manejo de las audiencias y no ve otra posibilidad hasta ahora. Y por otro lado está la



autorregulación de los mercados, que debe ser una regulación hecha desde organismos públicos independientes, y no que representen la voluntad de un gobierno, sino que sean escenarios de control y gestión desde lo público.

**¿Cómo recuperar, con la presencia de la tecnología digital, los espacios públicos, no solo los físicos sino los virtuales?**

Es una cuestión abierta y poco segura para moverse, porque lo primero que observamos es que la gran reconfiguración de los públicos que produjeron las tecnologías audiovisuales como la radio y la televisión ha sido radicalizada por Internet.

Hoy se recombinan múltiples pertenencias, se han debilitado las afiliaciones nacionales, las culturas, pretendidamente homogéneas y compactas de cada nación, y todos pertenecemos a varias culturas a la vez, dentro de la misma nación y por la información y el entretenimiento que recibimos de lugares alejados. La propia noción de comunidad o espacio público cambia al no ser solo territorial. Lo público no puede reducirse a la ciudad o la nación; lo público es transnacional. 