

COMUNICACIÓN & CIUDADANÍA 3

TECNICIDADES

- ◆ Ciudadanías, política y tecnologías: lo (im)posible de otras formas de lo común
- ◆ Web social para la gestión cultural regional en Colombia
 - ◆ Tecnología, diseño y cultura material
- ◆ Marshall McLuhan en la teoría de las hipermediaciones
 - ◆ El periodismo en cambio. Digitalización y convergencia de redacciones en Alemania
 - ◆ El Quijote de Shakespeare y otras reflexiones sobre la lectura y los libros

OTRAS VOCES

- ◆ Caracterización de las empresas informativas / industrias culturales en el Eje Cafetero
- ◆ Víctimas en los medios de comunicación
 - ◆ Medios encuadre y poder

DIRECTORA:

Luz Amalia Camacho Velásquez

EDITORA GENERAL:

Victoria E. González M.

COMITÉ CIENTÍFICO

Sergio Caggiano

Emilssen De Cancino

Marcelo Gómez

Alejandro Grimson

Guillermo Orozco G.

Vanina Papalini

Rossana Reguillo

Jairo Rivera

Juan Camilo Rodríguez

Hernando Rojas

Carlos Valderrama

Lucero Zamudio

COLABORAN EN ESTE NÚMERO:

Andrea Carolina Fonseca

Juliana Gómez Jaramillo

Natalia Holguín

Miguel Ángel Manrique

Catalina Martínez

Diego Armando Mazorra

Klaus Meier

Adriana Molano Rojas

David Rodríguez

Rocío Rueda

Mauricio Vera

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Orlando Valencia S.

ILUSTRACIÓN

Giovanny Ospina

CORRECCIÓN DE ESTILO

Departamento de Publicaciones

Universidad Externado de Colombia

CONTENIDO

2 EDITORIAL

TEMA MONOGRÁFICO TECNICIDADES

6 Ciudadanía, política y tecnologías:
lo (im)posible de otras formas de lo común

20 Web social para la gestión cultural regional en Colombia

30 Tecnología, diseño y cultura material

40 Marshall McLuhan en la teoría de las hipermediaciones

44 El periodismo en cambio. Digitalización y
convergencia de redacciones en Alemania

54 El Quijote de Shakespeare y otras
reflexiones sobre la lectura y los libros

OTRAS VOCES

70 Caracterización de las empresas informativas /
industrias culturales en el Eje Cafetero

78 Víctimas en los medios de comunicación

86 Medios: encuadre y poder

94 RESEÑAS

104 CONVOCATORIA

Universidad
Externado
de Colombia

Facultad de Comunicación Social - Periodismo

Calle 12 N° 1-17 Este

Tels.: 341-9900, 342-0288, ext. 1455

web: www.uexternado.edu.co

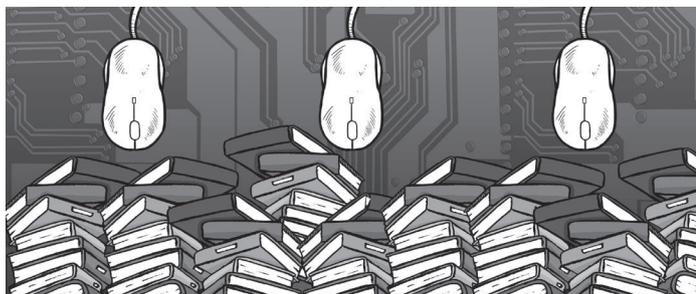
e-mail: comyciudadania@uexternado.edu.co

Bogotá, D.C., Colombia

© Enero 2010 - Julio 2010

© Prohibida la reproducción parcial o total de los materiales
de esta revista sin autorización escrita de los editores.

Las opiniones expresadas por los articulistas son de su
responsabilidad y no corresponden necesariamente al
pensamiento de la revista *Comunicación & Ciudadanía* ni
a los principios de la Universidad Externado de Colombia.



Editorial

El tercer número de la revista *Comunicación y Ciudadanía* ha querido trabajar el tema *Tecnidades*, privilegiando la manera como los seres humanos establecemos relaciones con la tecnología. Cuando concebimos este número, lo hicimos con un propósito claro: tratar de explorar la mayor parte de los ejes que pueden constituir el amplio campo de las *tecnidades*. Buscamos entonces, en primer lugar, indagar acerca del camino que se ha constituido entre los nuevos medios o las nuevas tecnologías y la transmedialidad, es decir, pensar acerca del surgimiento de nuevas configuraciones que van más allá de los medios tradicionales. En segundo lugar, quisimos explorar las nuevas formas de participación ciudadana para entender la convergencia tecnológica y la convergencia de las formas de participación. En tercer lugar, buscamos, desde un eje que denominamos *Ciencia, arte y conocimiento*, entender las nuevas modalidades de producción y gestión del conocimiento en red. Finalmente, el cuarto eje estuvo referido a las nuevas nociones, las nuevas figuras o las configuraciones de ciudadanía desde las *tecnidades*.

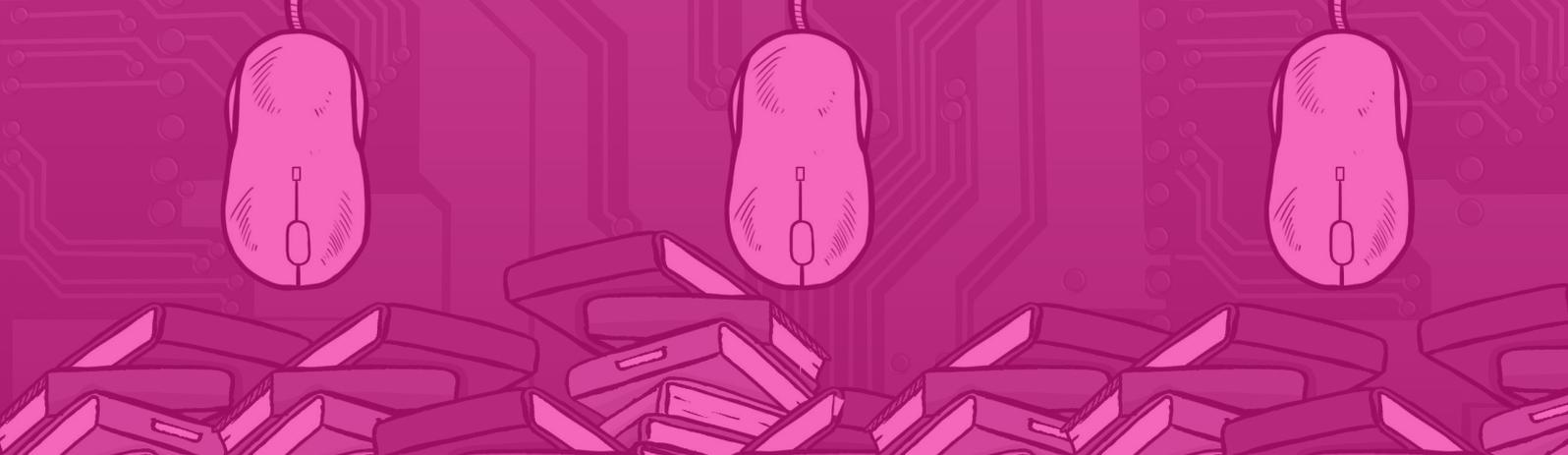
El resultado de nuestra convocatoria se tradujo en variados artículos de prestigiosos estudiosos del tema entre los cuales mencionamos:

“Tecnología, diseño y cultura material”, de David E. Rodríguez, diseñador y Máster de arte en Historia del Diseño y Cultura Material, quien toma el Ipod como ejemplo para explicar cómo el diseño del objeto es el que permite provocar cierto tipo de relación con las nuevas tecnologías desde la perspectiva de la cultura material.

“Marshall Mc Luhan en *la Teoría de las Hipermediaciones*”, entrevista del comunicador social y candidato a magister en comunicación Diego Armando Mazorra, al profesor Octavio Islas, Director del Proyecto Internet-Cátedra de Comunicación Digital Estratégica del Tecnológico de Monterrey, quien comparte su visión sobre las hipermediaciones como la categoría que explica la denominada edad posteléctrica, que tras el advenimiento de Internet reemplazaría la pretensión de la Edad Eléctrica de McLuhan.

“Ciudadanía, política y tecnologías: lo (im)posible de otras formas de lo común”, de la Doctora en Educación Rocío Rueda Ortiz,





quien presenta las tecnologías como dispositivos de socialización y nuevos escenarios de configuración de subjetividades que por acción de los seres humanos se transforman en políticas.

“Web social para la gestión cultural regional en Colombia”, de la comunicadora social Adriana Molano Rojas, quien nos propone el uso de aplicaciones de la web social como herramientas para la gestión cultural regional, tomando como base la experiencia colombiana, a partir de la relación comunicación-cultura.

“El periodismo en cambio. Digitalización y convergencia de redacciones en Alemania”, de Klaus Meier, decano de periodismo multimediático y convergencia de medios del Instituto de Periodismo de la Universidad Tecnológica de Dortmund, quien analiza las tendencias centrales en las salas de noticias de los periódicos de Alemania y los esfuerzos de éstas para manejar la transición del impreso al Internet.

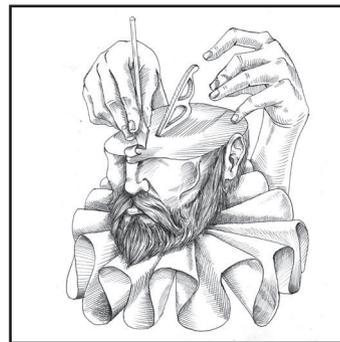
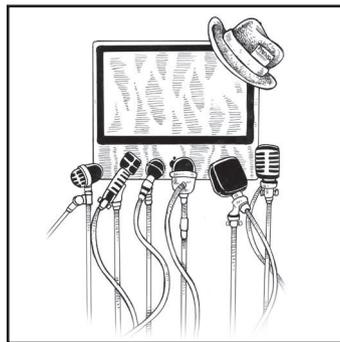
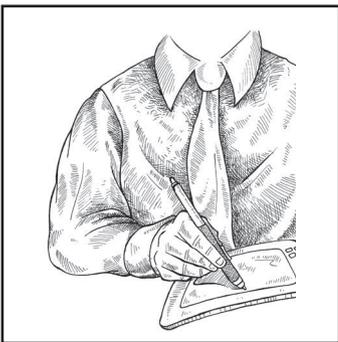
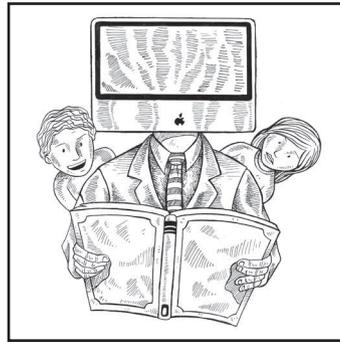
Finalmente, cerramos el tema monográfico con la entrevista que hace Miguel Ángel Manrique, literato, escritor, especialista en Ciencias de la Comunicación y magíster en Educación, al maestro Roger Chartier, uno de los grandes especialistas europeos en estudios sobre historia de la escritura en la cultura moderna, en torno a temas relacionados con la historia de la cultura

escrita, el libro como objeto y el libro como obra, la alfabetización funcional y los textos perdidos del teatro isabelino.

En nuestra habitual sección Otras voces, encontramos dos artículos de Mauricio Vera, comunicador social y especialista en Televisión y estética. El primero de ellos es una entrevista a Stephen Reese —reconocido investigador estadounidense destacado por sus trabajos sobre evaluación del desempeño periodístico y la imparcialidad en el tratamiento de asuntos públicos relacionados con guerra y el terrorismo—, quien explica que los medios de comunicación son fundamentalmente escenarios de poder, en distintos niveles pero siempre con una alta capacidad de dar contorno y definir las diversas situaciones sociales. El segundo de los artículos lo presenta en compañía de Juliana Gómez Jaramillo, comunicadora social –periodista, y en él se hace una mirada al estado de las empresas en la región del Eje Cafetero, cuyo objetivo comercial es la creación, producción y distribución de contenidos culturales e informativos.

El tercer artículo de esta sección sistematiza la gestión del Semillero de Investigación en Comunicación y Derechos Humanos de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Externado de Colombia durante el año 2009. ♦

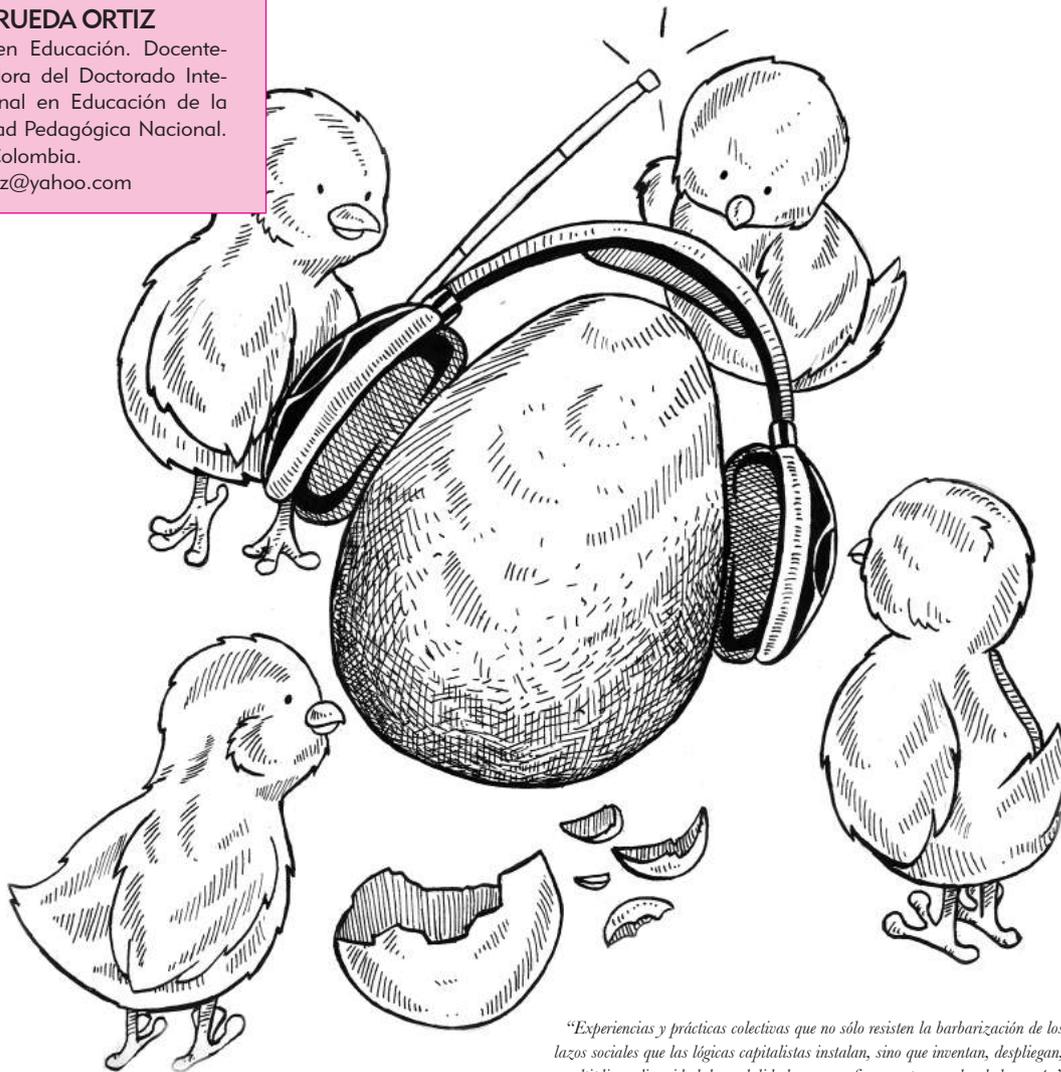
MONOGRÁFICO TECNICIDADES



Ciudadanías, política y tecnologías: lo (im)posible de otras formas de lo común

ROCÍO RUEDA ORTIZ

Doctora en Educación. Docente-investigadora del Doctorado Interinstitucional en Educación de la Universidad Pedagógica Nacional. Bogotá, Colombia.
rruedaortiz@yahoo.com



“Experiencias y prácticas colectivas que no sólo resisten la barbarización de los lazos sociales que las lógicas capitalistas instalan, sino que inventan, despliegan, multiplican diversidad de modalidades que configuran otros modos de lo común”

Blanchot, comunidad inconfesable. 1999

RESUMEN

El presente artículo plantea que las tecnologías de la información y la comunicación se han integrado al proceso de transformación (político, social, económico, cultural, científico) que viven nuestras sociedades, convirtiéndose en un soporte para la producción social de significado. De dichos cambios están emergiendo nuevas posibilidades para comprender y deconstruir el concepto de ciudadanía. En la primera parte se plantean las transformaciones en la tecnopolítica, donde tecnologías, cultura y política se relacionan de manera compleja y relacional. En segundo lugar se aborda la pregunta de hasta dónde es posible hablar de ciudadanía hoy, para en el tercer apartado abordar la relación cibercultura, política y ciudadanías. Finalmente, se presenta en el cuarto apartado el caso de dos colectivos de mujeres en los que se destacan las ambigüedades y potencias de dicha relación para repensar las ciudadanías hoy. Palabras claves: Ciudadanías, Cibercultura, Política, Ciberciudadanías, Sociedad.

ABSTRACT

This article point out that the information communication technologies are integrated to the current social transformations (politics, social, economics, cultural and scientific) and they are a very important infrastructure for the social production of meaning. From there are being created new possibilities to understand and deconstruct the citizenship concept. In the first part are presented the techno-politic transformations where technology, culture and politics are connected in a complex and relational way. In the second part, it is analysed the question about how to understand the citizenship today. In the third part the relationship between ciberculture, politic and citizenships is studied. Finally, it is presented a study-field case with two women's collective. The potential of political creativity related with the use of these technologies are showed, but also the ambiguities and challenges.

Key-Words: Citizenships, Ciberculture, Politic, Cibercitizenships, Society.

PRESENTACIÓN

Se propone en el presente texto abordar la relación ciudadanía-tecnologías de la información y la comunicación, desde un interés por explorar la “configuración de otros modos de lo común”. De ahí que se conciben aquí dichas tecnologías, más que aparatos y cables, como dispositivos de socialización y nuevos escenarios de configuración de subjetividades que, por acción de la agencia humana, devienen políticas. Se trata de escenarios de socialización desterritorializada (y reterritorializada) que se insertan en una matriz cultural de intercambio simbólico altamente mediatizado por lenguajes de ‘acción a distancia’, que activan un nuevo sujeto heterogéneo y complejamente conexo a un entorno múltiple: virtual y actual, selectivo y masivo, local y global, posicional y nómada al mismo tiempo. Entorno donde más que producir sujetos a partir de una lógica de encierro, como lo fue el régimen de tecnologías de la escritura y la escuela, lo que busca precisamente es generar socialidades, diversos escenarios de elección, nuevos formatos de expresión que integran diversos lenguajes, con potencia interactiva y conectiva, y nuevas experiencias de libertad (aunque estén controladas), en una explosión de subjetividades (atravesadas por lógicas capitalistas del mercado).

Así, mientras a las tecnologías de la escritura de las sociedades industriales les correspondió una ciudadanía de identidades homogéneas que hicieron viable el proyecto de la modernidad, cuyos dispositivos de subjetivación inventaron alteridades negadas, hoy las tecnologías de la información y la comunicación, como tecnologías de la acción a distancia y de conexión de las mentes, si bien comparten dimensiones de tecnologías de la escritura anteriores, les corresponden ciudadanía movilizadas por el deseo, por la capacidad de la múltiple elección, como una característica de las sociedades postindustriales. En otras palabras, los dispositivos de subjetivación aquí están ligados al consumo y al mercado y aparecen de manera ambigua y confu-

sa, alteridades negadas, pero también identidades homogenizadas por la lógica del capitalismo cognitivo (Rueda, R., 2008a).

En efecto, las tecnologías de la información y la comunicación se han integrado al proceso de transformación (político, social, económico, cultural, científico) que viven nuestras sociedades, convirtiéndose en un soporte nada despreciable para la producción social de significado (desde lo privado a diversas esferas de lo público, de lo local a lo global, de medios de comunicación masiva unidireccional a múltiples y cada vez más convergentes medios en un gran hipertexto multimodal o ciberespacio). En particular, y para efectos de este texto, interesa resaltar de esas transformaciones las relaciones de poder que configuran ciudadanía y que están siendo desafiadas y decididas en el campo de la comunicación. Por lo tanto, interesa aquí un abordaje desde el campo cultural y comunicativo de las tecnologías, pues se trata de una batalla que se juega en el terreno de las mentes, las ideas, los valores y normas que pugnan por imponerse y convertirse en dominantes, pero también por hacerse visibles, por hacer resistencia desde el anonimato, la marginalidad, los lazos de confianza, amistad y solidaridad.

1. LAS TRANSFORMACIONES DE LA TECNOPOLÍTICA

El doble proceso de globalización y el surgimiento de las identidades comunales, al lado del proceso de individuación de las sociedades, está desafiando nuestras ideas sobre la subjetividad, la cultura y la política. Siguiendo con la metáfora del mito de Jano¹, se trata de dos caras de un mismo proceso de “modernización reflexi-

1. Según dice la mitología romana, cuando el dios Saturno fue destronado y expulsado por su hijo Júpiter (el Zeus griego), de su lugar en el mundo de los dioses, se refugió en el reino de Jano y, en agradecimiento, dotó a éste del poder de ver el futuro y el pasado al mismo tiempo y poder así tomar decisiones sabias y justas (se le representa con dos rostros), y lo convirtió en un dios. Jano era considerado el dios de las puertas, de los comienzos y de los finales.

va” (Beck, 2001). La individualización, que a su vez representa la desintegración de las certezas de la sociedad industrial, mira hacia un pasado que ya no está o que es difícil de mantener. Y, al mismo tiempo, la otra cara mira hacia el futuro, en una suerte de compulsión de encontrar y buscar nuevas certezas para uno mismo y para quienes carecen de ellas. Por ello también es una puerta que se abre a nuevas interdependencias, incluidas las interdependencias globales. Los límites del Estado nación como la unidad relevante para definir el espacio público también tambalea; sin embargo, esto no quiere decir que el Estado-nación desaparezca sino que su legitimidad disminuye y cede terreno a una gobernabilidad global que se apoya en gobiernos que permanecen nacionales.

Tecnologías, cultura y política, más que ámbitos separados, requieren mirarse de manera compleja y relacional

El principio de ciudadanía entra en conflicto con el de auto-identificación. El resultado en parte es la crisis de legitimidad política y esta crisis involucra otra: la de las formas de sociedad civil. En términos sociales diremos que hay un creciente poder de los actores sociales, de la agencia, en relación con la estructura, pero también el lugar de las viejas estructuras sociales está siendo transformado, si no desplazado, en gran medida por estructuras informativas y comunicativas. De ahí que el nuevo escenario comunicacional que proveen las diferentes tecnologías de la información y la comunicación está configurando una esfera pública global. De esta manera, señala Castells (2007) que, como en otros momentos históricos, la emergencia de esta nueva esfera pública está enraizada en procesos de comunicación y ligada a un tipo de tecnología que no está predeterminada en su forma por ninguna clase de “predestinación” histórica o necesidad tecnológica, sino que será el resultado de una vieja lucha de la humanidad por la libertad o dominio de nuestras mentes.

Ahora bien, las instituciones y las prácticas de política tradicional que disciplinaban a los sujetos y que aportaban los criterios de auto-identificación se enfrentan a su fragmentación, así como a la diversidad de prácticas culturales por fuera de ellas (vida cotidiana, medios masivos, múltiples y convergentes tecnologías de la información y la comunicación) donde se están constituyendo nuevas formas de sentir, percibir, desear, negociar, en

fin, de ser “ciudadanos”. Es decir, la ciudadanía parece hoy no referirse a la política institucional, sino cada vez más a la vida social, tanto en la vida cotidiana, local, del cara a cara, como a través de nuevas formas de socialidad y comunalidad, que se están produciendo, entre otros escenarios, en el ciberespacio (blogs, chats, listas de discusión, redes sociales virtuales, etc.).

En consecuencia, tecnologías, cultura y política, más que ámbitos separados, requieren mirarse de manera compleja y relacional (Rueda, R., 2007). Por una parte, la cultura es una dimensión estructurante tanto de los diseños tecnológicos como de los procesos de aprendizaje, prácticas, apropiación y uso de las tecnologías. Y, por otra, siguiendo a Martín-Barbero, lo tecnológico es una dimensión estructural de la transformación cultural en una compleja relación con otros fenómenos y cambios de época que le acompañan, de índole social, económico, político, ontológico y estético. De ahí que, como lo ha señalado Boaventura de Sousa (1998), es necesario ampliar el *locus* que la teoría liberal ha asignado a lo político y por ende a la ciudadanía, hacia sectores “informarles”, pues buena parte de la política realmente ocurre en las tramas de redes formales e informales, nacionales y transnacionales, donde, añadimos, se entrelazan culturas y tecnologías.

2. ¿HASTA DÓNDE ES POSIBLE HABLAR DE CIUDADANÍA?

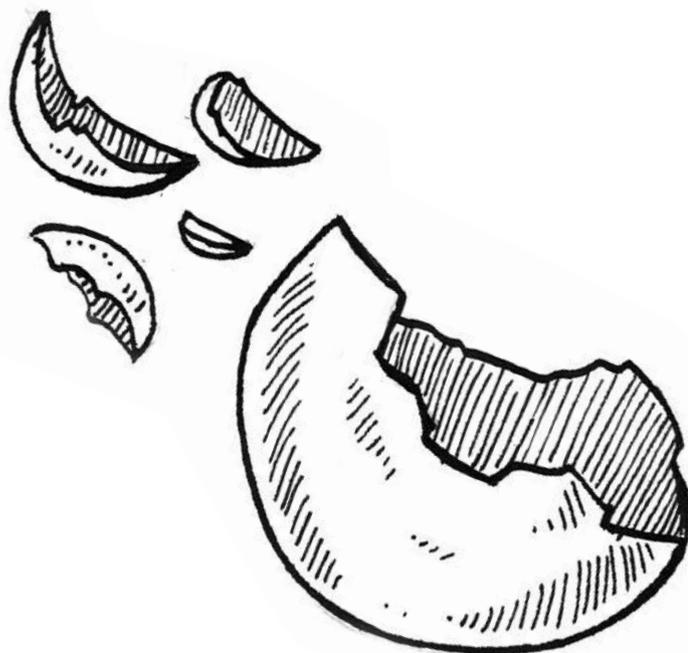
Con estas transformaciones de la sociedad y de la política y la emergencia compleja de las nuevas tecnologías como escenarios de esfera pública, ¿hasta dónde es posible hablar de ciudadanía, tal y como se le ha entendido? ¿Es válido extender el concepto hacia el de ciberciudadanía, o ciudadanías alternativas, otras, sin más? Pues bien, como se sabe, el concepto de ciudadanía tiene una herencia de las filosofías del sujeto, que suponen la unidad del significado. Sin embargo, como dice Virno (2003), nuestras sociedades viven hoy toda una gama de fenómenos, juegos lingüísticos, formas de vida, propensiones éticas, organizaciones alternativas, expresiones político estéticas, etc., que resultan poco comprensibles si no se parte del modo de ser de los muchos, de la multiplicidad. De hecho, en las actuales formas de vida, como también en la producción contemporánea —a condición de que no se reduzca la producción cargada como está de *ethos*, de cultura, de interacción lingüística al análisis econométrico—, se percibe que, de hecho, la dupla público-privado como el par colectivo-individual ha estallado. Es difícil decir dónde termina la experiencia colectiva y dónde

comienza la experiencia individual, o cómo separar la experiencia pública de la privada.

En este enturbiamiento de las líneas de frontera, colapsan, o al menos resulta poco fiable, la categoría de ciudadano, tan importante en la modernidad, desplazándose, como señala Lewkowicz (2004), hacia la de consumidor, en una conversión simultánea de los Estados-nación en técnico-administrativos. En términos de Lechner (2002), se trataría de una ciudadanía instrumental que descrece de la política y cree en la administración (lo que cuenta son los servicios tangibles que presta). En consecuencia, el ciudadano ya no dispone del monopolio de los derechos, ya no es el fundamento homogéneo de nuestro *ser en común*. El único soporte subjetivo del Estado ya no es el ciudadano y aquél ya no lo representa ni a sus derechos. Pasa a ser eficaz cuando satisface los deseos de otra figura subjetiva, el consumidor. El mercado, de hecho, ofrece mecanismos de acción descentralizada en el que se requieren relaciones horizontales de coordinación, propias del capitalismo cognitivo y de sus modos de producción basados en la comunicación, interacción y oferta de servicios.

Así, la ciudadanía hoy se convierte en un campo de sujeción en el cual el disciplinamiento, el control y la seducción van juntos, es decir, estamos unidos y modulados por diferentes tipos de invitaciones para pertenecer a ciertas comunidades, para ser responsables, justos y también para ser felices consumidores. Pero, al mismo tiempo, la vitalidad social ha logrado un empoderamiento simbólico para poblaciones tradicionalmente excluidas, como lo muestran los movimientos sociales en América Latina (Cf. Bonilla, M: 2001).

Por lo tanto, el concepto clásico de ciudadanía, entendido como una condición, un estatus jurídico adquirido, otorgado en el marco de un conjunto de derechos y deberes, de relaciones de poder estáticas u homogéneas, no es suficiente para comprender las transformaciones actuales. El ejercicio ciudadano requiere entenderse como una práctica, no necesariamente circunscrita a los espacios instituidos formales y tradicionales de participación ciudadana (la escuela, los partidos políticos, la prensa, etc.) definidos por los Estados. Como señala Valderrama (2007), parece ser que hay más bien una expansión del concepto de ciudadanía que supera la tensión derechos y deberes y su relación con las estructuras de clase, por una parte, y, por otra, su vinculación a los procesos de globalización. Esto es, el territorio ya no es el espacio de concentración de los poderes ni tampoco principal referente identitario; por el contrario, aparecen nuevas formas de construcción de comunidades transnacionales, o de una “ciudadanía planetaria” en tanto afirmación de la diferencia y



la diversidad. Al mismo tiempo, desde perspectivas culturalistas de la ciudadanía se invoca la construcción de la subjetividad en el día a día y en la cotidianidad.

Así mismo, la interacción que se produce en la infraestructura tecnosocial de internet, o en el ciberespacio, provee puentes entre las esferas privadas-públicas, es usada para el entretenimiento, para la consulta, la información, la comunicación, la movilización de acciones en el espacio *off-line* y la expresión; ofrece nuevos medios para conectar información y experiencia donde las comunidades virtuales sirven a diferentes metas ciudadanas, tanto a aquellas que extienden prácticas políticas tradicionales, como aquellas que dan poder a la agencia y singularidad de los sujetos. Estas prácticas sociales pueden estar marcadas como políticas, nacionales, regionales, transnacionales, culturales; se tejen alrededor de espacios de consumo, donde los ciudadanos hacen elecciones y construyen sus identidades, se hacen “significantes” e involucran una gran cantidad de actividades, incluyen saberes, emoción, sensación y experiencia en diferentes grados, niveles de información y compromiso. Así, lo político, su práctica y actuación pública ha tenido unos cambios que no podemos decir que hoy exista una esfera de lo público unificada sino “un complejo mosaico de esferas públicas de diversos tamaños que se traslapan e interconectan y que nos obligan a reconsiderar seriamente nuestros conceptos sobre la vida pública” (Keane, 1997, citado por Valderrama, 2007: 151).

Veamos un poco con mayor detenimiento cuál es la novedad de este nuevo entorno tecnosocial y cómo es que deviene político.

3. CIBERCULTURA, CIUDADANÍAS Y POLÍTICA

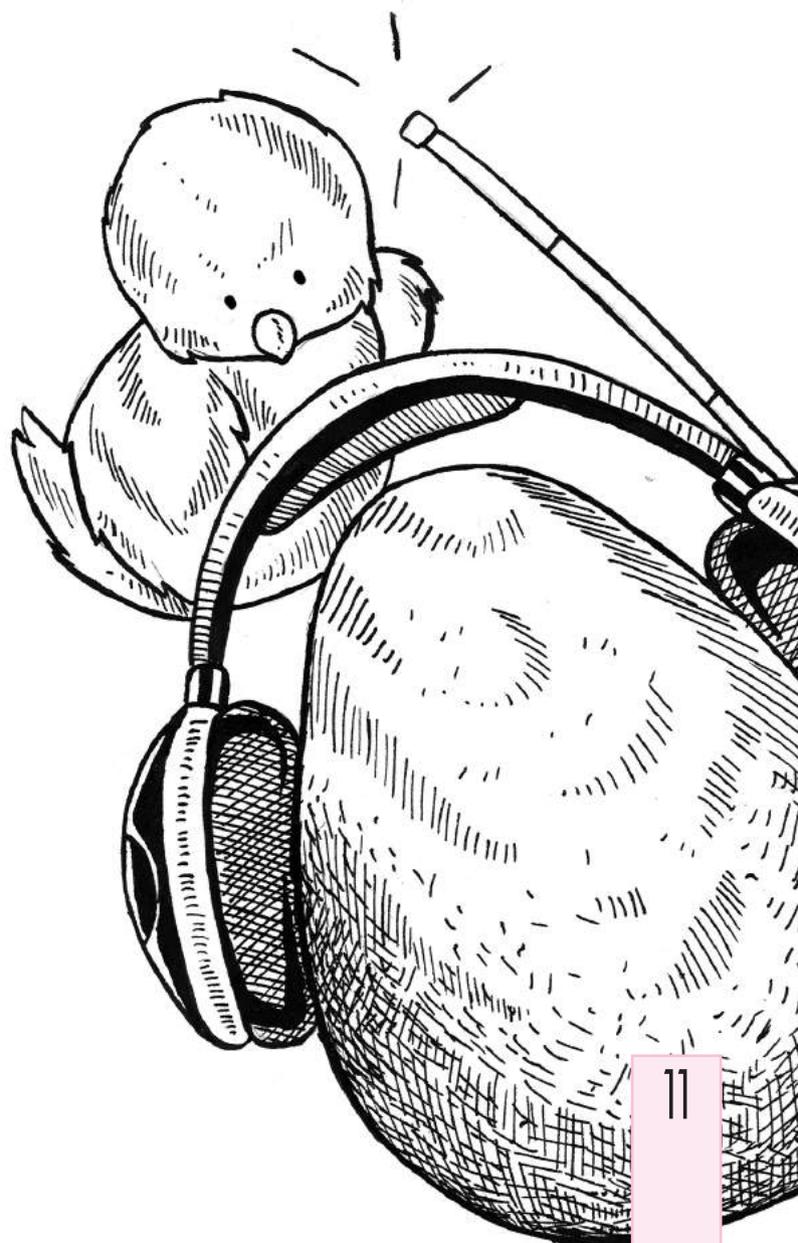
Antes de entrar a hablar sobre la política y las ciudadanías en el nuevo entorno cibernético, permítanme un rodeo sobre el concepto de cibercultura y el de las subjetividades hoy. Con ellos esbozados entraremos en materia. Comprendemos la cibercultura como las prácticas culturales que surgen de y están alrededor de nuevos medios (repertorios tecnológicos cada vez más diminutos y convergentes). Ésta nos saca de nuestros lugares usuales (espacios de vida, modos de pensamiento), redefiniendo nuestros hogares y lugares. Pero esto se produce en medio de nuevos riesgos, como la abundancia dispersa de información –que no de conocimiento–, y la concentración asfixiante, explosión y dispersión de las referencias culturales y, simultáneamente, la presencia de dispositivos de control que se ejercen sobre territorios, subjetividades y poblaciones enteras (Rueda, O. 2008b).

De otro lado, diremos que una condición sobresaliente de la formación de subjetividades en nuestra época es la capacidad del individuo de elegir y construir su propia biografía. Se trata de un sujeto que busca realizarse y maximizar su calidad de vida mediante actos de elección en medio de estrategias de gobernabilidad “a distancia” que se hacen cargo justamente de ese ciudadano que cuida y protege dicha capacidad de elección. Es decir, este sujeto deviene ciudadano al ser capaz de operar en micro-colectivos o comunidades con gramáticas de vida diseminadas, que escapan y desbordan, en su funcionamiento y en las técnicas que usan, a las estrategias políticas centrales y centralistas (Tirado, F: 2008).

Así, tenemos un nuevo espacio de lo social –cada vez más hipermediado– que permite desarrollar nuevas racionalidades e invenciones para la gestión de la conducta y promover “otros”, y se configura a sí mismo como la escena que permite la irrupción de discursos morales hasta ahora nunca soñados, como son por ejemplo los de la bioética. Esto es, siguiendo a Foucault, la sociedad deviene política. Sin embargo, hoy, la monitorización de la conducta se realiza a través de lógicas que son internas a nuestras redes de prácticas cotidianas. Dicho control se de-

fine y comprende como una operación de acceso a circuitos de consumo y socialidad. De ahí que, como se ha venido planteando, el ciudadano no se define especialmente a partir de su relación con la esfera pública con el Estado. El compromiso definitivo aparece en el ámbito de las prácticas privadas y corporales.

Para algunos autores, como Jocke Hermes (2006), el entorno cibercultural puede no estar necesariamente produciendo nuevas ciudadanías, sino más bien otras prácticas ciudadanas. Sin embargo, estas ciudadanías en el campo de la esfera pública ya no son fáciles de encuadrar en el ideal de “estar bien informado” sino que se trata de información para la coordinación de acciones que pasan por los afectos y por su movilización a través de la sensibilización moral, donde otros lenguajes, como la imagen, la música, las nuevas artes digitales, están abriendo nuevas perspectivas de pensamiento y acción de un *nosotros*. También, como lo ha señalado Saenz (2006), retomando a Rorty, aparece una dimensión “romántica” de hablar de



“El entorno cibercultural puede no estar necesariamente produciendo nuevas ciudadanías, sino más bien otras prácticas ciudadanas”

forma diferente, que diremos que no es propia de los entornos ciberculturales, sino de esta nueva condición de los sujetos y de su “ejercicio ciudadano”, donde más que la habilidad de argumentar, es el talento de uso de otros lenguajes, más cercanos a las vivencias de la cotidianidad el que produce afecciones y que discrepa de ciertos lenguajes tecnocráticos, racionales e impersonales propios de la gestión estatal. Es aquí donde las nuevas cualidades tecnológicas se acoplan a este “nuevo ciudadano”, pues éstas proveen diversos lenguajes en los que la imagen, el sonido, la animación, que afectan más fácilmente los sentidos, pueden ser fácilmente integrados a relatos en blogs, fotoblogs, redes sociales, etc. Adicionalmente, a través de internet y de las tecnologías móviles o celulares se encuentran más fácilmente prácticas ciudadanas incidentales que estructurales (como fue el caso del movimiento de los pingüinos en Chile, el del 13-M en Madrid o las marchas del año pasado en Colombia). La energía y el entusiasmo que se invierte en discusiones en espacios como los blogs y los foros resaltan también la profunda necesidad de una cierta comunidad y del intercambio de ideas y de interpretación que los ciudadanos tienen hoy.

Es decir, viejas prácticas e identidades pueden sobrevivir y traslaparse por más tiempo pero es evidente que nuevas prácticas están tomando un lugar en nuestras sociedades. Esto nos exige entender la ciudadanía mucho más amplia que restringida a la acción política de partidos, al voto, a la esfera pública del periódico y de las noticias y sobre todo a la unidad del significado del sujeto. La actual transformación de las sociedades junto con las nuevas formas de comunicación del ciberespacio están propiciando de manera compleja la construcción de nuevas identidades ciudadanas que no pueden ser entendidas como algo fijo, sino en su carácter móvil y nómada. Frente a las culturas letradas, ligadas a la lengua y al territorio, las electrónicas y audiovisuales, se basan en comunidades hermenéuticas que responden a identidades de temporalidades menos largas, más precarias, pero también más flexibles, dotadas de una elasticidad que les permite amalgamar ingredientes que provienen de mundos culturales muy diversos y por lo tanto atravesadas por discontinuidades y contemporaneidades en las que conviven reflejos con gestos atávicos (Martín-Barbero, 2005).

Asimismo, los lugares especiales del discurs-

so y de la argumentación, si bien no desaparecen, empiezan a ser desplazados por lugares comunes y cotidianos, o sea, las formas genéricas lógico-lingüísticas que hilvanan todos los discursos adquieren una inmediata visibilidad. Esto significa que para orientarnos en el mundo y para protegernos de sus peligros, no contamos con formas de pensamiento, de razonamiento, de discurso ancladas en uno u otro contexto particular. El grupo de amigos, la comunidad religiosa, el partido político, los compañeros de trabajo, todos estos “lugares” continúan subsistiendo, pero ninguno de ellos es lo suficientemente caracterizado y caracterizante como para ofrecer un criterio de orientación, una brújula fiable, una comunidad de hábitos específicos, de modos de pensar/decir y de actuar. El discurso político ha perdido poder de convocatoria porque ya no logra ofrecer códigos interpretativos ni señas de identidad fuertes.

La brecha entre lo que conocíamos como sistema político y ciudadanía cada vez aumenta más, y por ello requerimos también de teorías y formas de comprender lo político ante esta bulle transformación social. No podemos seguir pensando en *la* política integradora, en una visión de lo social en tanto unidad y orden, cuando nuestras sociedades cada vez son más fragmentadas y complejas. De hecho, para las filosofías del sujeto (o del trabajo), no hay más que un mundo, el que construye el sujeto; son en última instancia teorías de la identidad, ya que implican que solo un mundo es posible. Las ciencias sociales construidas sobre este modelo son teorías del equilibrio, del orden o de la contradicción que, de manera diferente pero complementaria, remiten a la identidad. Es por ello que si queremos arriesgar marcos conceptuales para pensar esta bulle actividad de lo social y la emergencia de “ciudadanías otras”, vemos importante recuperar filosofías de la multiplicidad, del acontecimiento, para hacer frente a la crisis evidente de la política de la representación como lo hemos venido caracterizando. Requerimos de una política nueva que nos permita pensar un mundo bizarro, poblado de una multiplicidad de singularidades, pero también por una multiplicidad de mundos posibles: nuestro mundo. Nuestra actualidad es la actualidad del fragor de estos mundos diferentes que quieren actualizarse al mismo tiempo.

Para terminar, en el siguiente apartado se presenta algo de esta multiplicidad de subjetividades y modos de vivir, a partir de un trabajo de investigación realizado con diferentes colectivos contraculturales en Colombia². En dicho estudio,

2. Se retoman aquí los resultados de nuestra investigación Cultura Política, ciudad y ciberciudadanías. Estudio

de corte cualitativo, se acudió a la realización de biografías individuales y colectivas de dichos grupos, lo cual nos permitió indagar, en profundidad, en esa subjetividad que vive de manera compleja viejos y nuevos referentes identitarios, así como la búsqueda, a través de las tecnologías de la información y la comunicación, de otras prácticas sociales, quizás, ciudadanas. Para efectos de este texto se mirará el caso de dos colectivos de mujeres.

4. PRÁCTICAS CIUDADANAS EN LA RED Y NUEVAS CIBERCIUDANÍAS³

Los usos ciudadanos de la red y el papel que desempeñan en la creación, propagación o difuminación de las identidades sociales y nacionales y la forma como ha sido aprovechada por algunos movimientos sociales apenas empieza a ser investigado. Las redes electrónicas comunitarias aparecen como los nuevos escenarios de recreación de lo público y revalorización del *status* político de la ciudadanía, introduciendo en dicha idea fuertes componentes culturales identitarios y localistas, poniendo en juego a los mismos, articulando sus discursos, más allá de la relación individuo-Estado. En general, los usos detectados hasta el momento por parte de los gobiernos locales ponen énfasis en la relación con el ciudadano-usuario-consumidor-cliente y no tienen en cuenta que éstos interactúan activamente en redes de relaciones diferenciadas (Baumann, P. y Jara A., 2001). No obstante, estudios como los realizados por Susana Fienquielievich (2000, 2003) en Argentina en los últimos años sobre nuevas formas de participación ciudadana a través de las tecnologías de la información y la comunicación, han encontrado que desde un sitio web, la participación en una lista de discusión hasta simplemente una dirección de correo electrónico les ha permitido a algunas comunidades innovar en la gestión de sus recursos y en el establecimiento de redes electrónicas comunitarias. Estos grupos lograron incrementar sus posibilidades mediante el uso de tecnologías, pudiendo acceder a informa-

ción, darse a conocer, informar a la comunidad en general sobre sus objetivos y formas de trabajo, fortalecer el vínculo con los beneficiarios de sus actividades, ganar respaldo y, sobre todo, reposicionarse en las estructuras de poder locales y regionales. En este sentido, la ciudad se transforma también como espacio por excelencia de la comunicación tanto de redes territoriales, presenciales, como de redes virtuales, reconfigurada por ciudadanos organizados que promueven y potencian la creación de espacios colectivos de comunicación y fortalecimiento de la participación ciudadana y no por los gobiernos.

Pero ¿cuáles son los límites y las posibilidades de construcción de ciudadanía y una esfera pública en la red? ¿Qué modalidades asumen la acción colectiva y las comunidades políticas en internet? De hecho, la ciudadanía puede ser vista como una lucha por el reconocimiento y conquista de derechos de la modernidad en un espacio tecnológico en conflicto donde se busca superar las desigualdades e iniquidades, pero manteniendo, al mismo tiempo, la negación de subjetividades moderno-coloniales. De hecho, una nueva ciudadanía ligada a los discursos del gobierno electrónico, o al de apropiación social de las tecnologías, a través de ONG que dotan de computadores a comunidades pobres, se ha encontrado sospechosamente ligada a un entramado discursivo del desarrollo y del progreso que han instalado los “países desarrollados” frente a los países del “tercer mundo”, que es complejo y perverso. Dicha retórica de organismos multilaterales, como el Banco Mundial, está configurando en gran medida las agendas de estos colectivos, constituyendo sus subjetividades narradas desde la pobreza y la carencia. Esto es, la apropiación social de las tecnologías parece insertarse en la racionalidad dominante de estos organismos multilaterales que usan un lenguaje particular que subyace a las políticas sociales donde los discursos del desarrollo tienen por efecto convertir a poblaciones económicamente útiles y políticamente dóciles en relación con los intereses globales dominantes. Así, la apropiación social de estas nuevas tecnologías aparece en estos organismos como el único camino para no quedar en el exilio, pero se evade el cuestionamiento crítico del modelo político y cultural al que se insertan (Rueda, R., 2007).

A continuación presentamos algunas reflexiones con base en el trabajo de investigación adelantado con dos colectivos de mujeres que están de diferente manera *enredadas* con tecnologías de la información y la comunicación en Colombia: la Corporación Vamos Mujer y Chicas Linux. A partir de aquí podemos avizorar otras formas de

realizado entre 2007 y 2009 entre la Universidad Pedagógica Nacional y la Universidad del Valle, con el apoyo de Colciencias. En esta investigación participaron personas vinculadas a los grupos de investigación Educación y Cultura Política de la Universidad Pedagógica Nacional: Luz Marina Suaza, Andrés Fonseca, Vladimir Olaya, Lina Ramírez, Yeimy Useche, Yeimy Cárdenas y Rocío Rueda O. Y del grupo de investigación de Educación Popular de la Universidad del Valle: Rocío del Socorro Gómez, Julián González, Armando Henao, Viviam Unás y Diana Giraldo. Del Colectivo de Comunicaciones nasa-acin fueron co-investigadores Vilma Almendra y Gustavo Ulcué.

3. En este apartado se retoman apartes del artículo de Suaza, L. M y Rueda, R. (2010).

(ciber)ciudadanas hoy, y matizar optimismos o fatalismos tecno-políticos. Digamos por adelantado que parece obligado decir que el territorio de la red resulta abiertamente “seductor” para la intervención de las mujeres, como lo plantea Ana Martínez-Collado, por sus posibilidades de construcción de nuevas prácticas políticas como de búsquedas estéticas y creativas. La interconexión y la posibilidad de la interrelación como “una política de la red” (actuar, organizarse en red) es una de las grandes potencialidades que ofrece el ciberespacio como una nueva posibilidad de una distribución no lineal y equitativa del mundo. Sin embargo, en esta misma red prevalece también una tendencia cada vez más dominante hacia el control y la restricción de libertades; por lo tanto, para que funcionen realmente las redes en un sentido contracultural y digamos novedoso, hay que ir más allá de lo que potencia la tecnología misma, se hace necesaria la inversión de trabajo, de tiempo, de agenciamiento, es decir movimiento y fortaleza en los vínculos establecidos. Veamos pues, sin más rodeos, el caso de los dos grupos mencionados, primero a través de un “pincelazo” que permite ubicar el trabajo de cada grupo y el sentido que tienen las tecnologías para cada uno de ellos.

LA CORPORACIÓN VAMOS MUJER

“Podemos descubrir el mundo, el rey está desnudo”.
F.A. Moreno⁴

El origen de la Corporación Vamos Mujer se puede rastrear hacia mediados de los años setenta del siglo pasado, en movimientos y reivindicaciones políticas y económicas que marcan tendencias muy presentes en la historia de Colombia. Vamos Mujer se concibe como parte del movimiento social de mujeres desde una perspectiva feminista y para ello se ha “enredado” con varios tipos de organizaciones, con las que comparten su lucha por el reconocimiento y la visibilización de las mujeres y por la búsqueda de una mejor calidad de vida, de una vida digna, sin violencia, pacifista, como es para el caso de Colombia *la Ruta Pacífica de las Mujeres por la Resolución del Conflicto Armado Colombiano* una red de diferentes grupos, que hacen parte del Movimiento Social de Mujeres.

Si bien no es posible establecer una fecha clara de llegada de los primeros computadores al colectivo, se puede rastrear en el año de 1999. El primer computador que llegó al grupo trataba de solucionar problemas administrativos y

4. Moreno, (2004: 10).

“ La ciudadanía puede ser vista como una lucha por el reconocimiento y conquista de derechos de la modernidad en un espacio tecnológico en conflicto donde se busca superar las desigualdades e iniquidades, pero manteniendo, al mismo tiempo, la negación de subjetividades moderno-coloniales ”

financieros. Como es de suponer, en este colectivo ya hay varias generaciones y es interesante destacar que las más jóvenes, si bien comparten intereses políticos comunes en relación con la desigualdad e inequidad, se interesan menos por las luchas y debates feministas y más por las nuevas tecnologías. De esta manera, éstas se convierten en las que abren la puerta hacia las tecnologías a las anteriores generaciones y “naturalizan” su uso en la cotidianidad.

No obstante, el manejo de tecnologías no se limita a la transformación de lo cotidiano: cada vez más, aunque de manera lenta, se instalan como una nueva forma de comunicación para las acciones políticas que rompen el tiempo y el espacio y permiten la generación de redes solidarias que enriquecen el capital social y cultural de diversos grupos afines a nivel global. Así, el encuentro entre los discursos feministas, con las posibilidades que brinda el entorno cibercultural, abre unas posibilidades para la ampliación de su trabajo político con mujeres y con otros actores, redes y colectivos en los ámbitos nacional e internacional.

LAS CHICAS LINUX

“Porque creemos que el Software Libre resulta fundamental en el desarrollo de una tecnología mas democrática, ética y sostenible. Porque queremos aportar nuestra energía en la construcción de tecnología, herramientas y conocimiento libre que no discrimine a las mujeres... ni siquiera en el lenguaje. Porque no queremos quedarnos fuera de un proyecto tan potente e importante para la construcción del “otro mundo posible” más justo e igualitario”⁵.

La propuesta de software libre potenció la formación de innumerables comunidades Linux que se extienden por la web a lo largo del planeta dentro de un movimiento glo-

5. Mujeres en red por un software libre.

La Corporación Vamos Mujer, como sujeto político, hace parte no solo del movimiento de mujeres, sino otros nuevos movimientos sociales y especialmente de la antiglobalización, que cuestionan la hegemonía del sistema capitalista

calizado, es decir, que se mueve entre lo local y lo global de acuerdo con circunstancias específicas de cambio de escalas. Dentro de estos grupos se han presentado conflictos reconocidos y no reconocidos, que han tenido que ver con el carácter culturalmente masculino de la empresa tecnológica, que determina la preponderancia de las perspectivas culturales afines con la validación de lo masculino sobre lo femenino (Henson, 2008). La relación entre los discursos y las prácticas no necesariamente es coherente, consecuente. Una cosa es el discurso sobre la libertad que se defiende desde el software libre, y otra lo que se vive en los grupos en el campo de las relaciones entre hombres y mujeres y las prácticas y los reconocimientos que a éstas se les permiten. Estas relaciones diferenciadas negativamente para las mujeres abren el campo para la aparición de los primeros grupos de Chicas Linux o “Mujeres en Red por un Software Libre”.

El recién conformado grupo Chicas Linux —menos de cinco años— en Colombia tiene dos caras. Una es la representada por tres jóvenes que se encontraron en la comunidad linux⁶ de software libre en Bogotá y que han empezado a partir del encuentro con algunas académicas a visibilizar sus percepciones sobre la relación entre hombres y mujeres en la comunidad⁷. De otro lado, una de las integrantes del grupo, más dos jóvenes españolas, son las web master de la página chicaslinux.org, que tiene como objetivo “incentivar a las mujeres a la participación e iniciación en el mundo del software libre, mostrándoles que sí es posible participar ac-

6 La comunidad Linux Colibrí es una confluencia de grupos que defienden y promueven el uso de software libre.

7 [...] yo notaba que en los foros, en los eventos, en las clases de la universidad a las mujeres les da mucho miedo preguntar porque les da temor que se burlen de ellas, que las rechacen; el mundo tecnológico es muy machista, y a nivel humano se habla del usuario, nunca dicen la usuaria y precisamente porque no hay muchas mujeres en el ambiente predomina el dominio del hombre, y no es porque ellos conscientemente hagan cosas, sino que lo asumen como natural y a veces dicen cosas ofensivas hacia las mujeres, pero no es con el fin de ofendernos, ellos no lo toman así por ese lado porque como no actúan mucho con mujeres no comprenden muy bien nuestro comportamiento. Entrevista a una chicaLinux. 22.08.2008.

tivamente, apoyando de esta forma la causa iniciada por LinuxChix⁸. Sin embargo, dentro de este grupo aún no existe una discusión política activa del problema de la discriminación y exclusión de las mujeres en el campo de software libre, como tampoco un posicionamiento respecto al ciberfeminismo. También es importante plantear que el grupo se orienta más hacia la lógica del *open source* como una aplicación pragmática del software libre que a la discusión y elaboración discursiva del problema central de Stallman, que es la defensa de la libertad en las sociedades de la información y el conocimiento. Una paradoja interesante, que intentaremos en los resultados mostrar más detalladamente.

La Corporación Vamos Mujer, como sujeto político, hace parte no solo del movimiento de mujeres, sino otros nuevos movimientos sociales y especialmente de la antiglobalización, que cuestionan la hegemonía del sistema capitalista. La opción feminista de Vamos Mujer se ha constituido como un colectivo donde han incluido, además de estrategias de de-construcción del sistema patriarcal, luchas para la solución de la violencia social y política que vive el país, moviéndose en el campo de la consecución de derechos, negociaciones con las instituciones de la dominación masculina en su versión capitalista, con gobiernos, iglesias, organismos internacionales, además de alianzas con otros movimientos sociales, con partidos políticos y otras ONG, en un proceso de negociación de racionalidades. En estas interacciones con otras subjetividades colectivas, es que las tecnologías de la información han empezado a jugar un rol importante, como espacios de comunicación, coordinación de acciones “off-line” en tiempo real, y para la participación en eventos de carácter global.

Por su parte, para las Chicas Linux, como “nativas digitales” que viven la tecnología como un entorno “natural”, su inconformismo social y político está vinculado con el acceso y transformación de un software dominante en el que se mueve la información y la comunicación en el mundo actual, y su lucha es por ofrecer una alternativa de utilidad pública, para la construcción de un mundo común. Al uso privativo o restringido del software se le opone un uso cooperativo, al producto terminado se le opone un producto en proceso continuo de ser cambiado, mejorado, intervenido, lo que en última instancia desarrolla formas de cooperación y de aprendizaje, nuevas relaciones con el conocimiento a través de la formación de redes de conocimiento de diversos tipos y duraciones. Sin embargo, esto

8 Ver: [Http://www.chicaslinux.org](http://www.chicaslinux.org)

se produce en medio de marcas de poder, pues en el campo del software libre también los hombres tienen el dominio mayoritario de las aplicaciones y programas y las mujeres son un porcentaje minoritario en estos colectivos. De ahí que este grupo se crea como un refugio, como un dispositivo tecnosocial de ayuda “para ellas”. Este asunto, que para las feministas sería motivo de bandera de acción política y de lucha, para estas jóvenes, no obstante, es un hecho sobre el cual no tienen mayor interés en encarar desde una “teoría o política feminista”. Ellas quieren empoderarse y colaborar “a su manera”⁹.

Para las Chicas Linux se trataría de una configuración subjetiva “hacker”, una mujer actora productiva y creativa en el campo de la tecnología, en la creación de código y en la conversión del ambiente digital en un ambiente preferiblemente femenino, a través de la reivindicación simbólica del mundo de las mujeres. Las generaciones nacidas en las dos últimas décadas han crecido con internet, los videojuegos, los CD, el vídeo, el teléfono móvil, etc. Estas tecnologías ya estaban ahí cuando ellas nacieron y las incorporaron con total naturalidad a su entorno. Sin embargo, esas subjetividades construidas, mediadas y ambientadas en una estrecha relación con las tecnologías, no indican la desaparición de estrategias y tácticas de discriminación. Las mujeres que participan en comunidades de software libre deben tener generalmente una fuerte autoestima, un carácter firme y seguro y la capacidad de argumentar y defender el propio trabajo en espacios donde no hay una única cabeza, pero sí liderazgos fuertes diseminados —típicamente masculinos. De ahí que, para estas mujeres, el asunto de la ciudadanía o de la ciberciudadanía se refiere a “la distribución justa de derechos, oportunidades, recursos, responsabilidades y tareas entre los géneros, respetando las diferencias entre hombres y mujeres” (Busaniche, 2009) en el campo de la producción de software. La ciudadanía no tiene nada que ver con un Estado, un partido político o un escenario mediático masivo.

Así pues, ambos grupos se mueven en universos de sentido similares. Aunque las Chicas Linux no se consideren feministas, al plantearse una nueva manera de mirar la ciencia y la tecnología que rompa con los imaginarios que las determinan

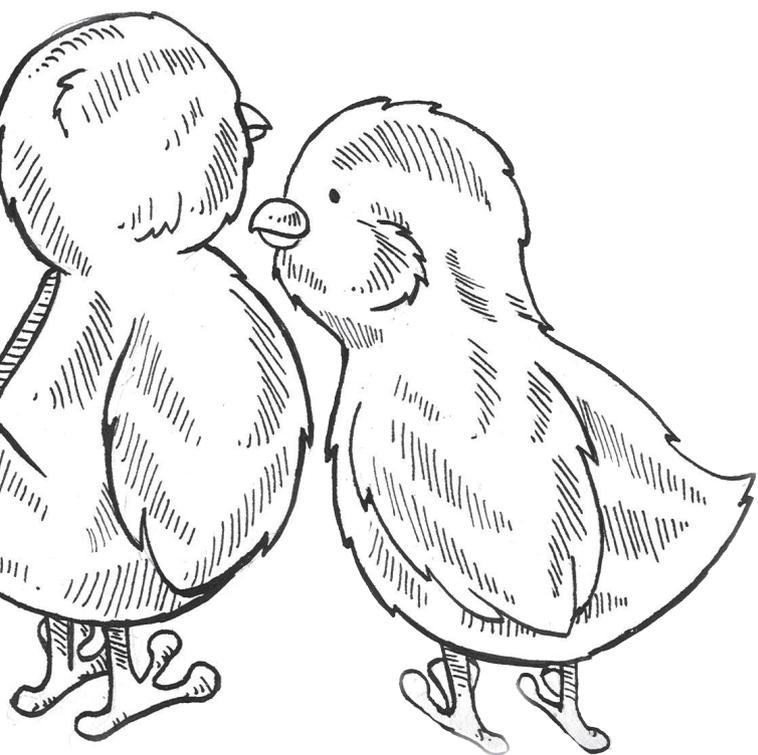
.....
⁹ Un trabajo muy interesante sobre colectivos femeninos de software libre en Colombia e India, es el que realizó a propósito de su tesis de doctorado Tania Pérez Bustos en la Universidad Pedagógica Nacional. De hecho, agradecemos a ella el contacto con este colectivo, así como el intercambio de ideas sobre nuestros hallazgos, que sin duda se nutrieron de su investigación.

Para las Chicas Linux se trataría de una configuración subjetiva “hacker”, una mujer actora productiva y creativa en el campo de la tecnología, en la creación de código y en la conversión del ambiente digital en un ambiente preferiblemente femenino

como neutras o exclusivamente masculinas, y al instaurar prácticas políticas diferentes en lo cotidiano, creemos que están acudiendo a formas de pensamiento y de acción política del feminismo. Vamos Mujer, colectivo feminista, tiene una intencionalidad política que diremos que es propia de la modernidad y que se mueve hacia la construcción de subjetividades donde se respete la diferencia y haya igualdad de derechos que profundicen la ciudadanía y la democracia. Las Chicas Linux hacen política de otra manera, intentando convertir la producción de código en un hecho político en el que las mujeres no queden excluidas. Vamos Mujer, nodo de una red de organizaciones a nivel local y planetario, dan los primeros pasos en un ambiente *online* aún no muy conocido para ellas, pero donde encuentran un escenario para fortalecer su acción política. Chicas Linux, ubicadas más desde el mundo de lo tecnológico, de partida globales, resquebrajan estereotipos sobre lo que son las mujeres en este campo y se apoderan del juego del código y de la potencia para la construcción de mundos que éste ofrece. En pequeña escala, en lo cotidiano, empiezan a construir otros modos de estar juntos, usando tecnologías, esto es, están creando formas políticas de habitar el mundo tecnologizado en el que viven.

ENTRE PARADOJAS Y LAS POTENCIALIDADES

Para Vamos Mujer, su imbricación hoy con las tecnologías tiene que ver con una dinámica previa centrada en las redes sociales locales de mujeres desde donde tiene ya una larga experiencia. Como organización y frente al uso y apropiación de los nuevos repertorios tecnológicos, se ha dado un proceso interesante donde han pasado varios discursos sobre —y contra— las tecnologías. El discurso que justifica el mito de las mujeres y su incapacidad tecnológica y la consecuente inseguridad frente a las computadoras, demostrando la eficacia de un proceso de socialización que alejó a la tecnología de su universo de prácticas, de sus exposiciones infantiles, y afianzó la prevalencia de otros modelos o roles



de lo femenino por fuera de la tecnología. El otro discurso se mueve dentro de un campo más político, cercano a los discursos contraculturales de los años sesenta que hablan de la creciente alienación del ser humano frente a la tecnología, del desplazamiento que ésta provoca en el contacto físico. Sin embargo, con la llegada de generaciones jóvenes al colectivo, las tecnologías empiezan a tomar un lugar en su espacio, a “naturalizarse” su uso y, quizás lo más interesante, a generarse alrededor de éstas un encuentro intergeneracional en el que las adultas ceden su lugar de autoridad y conocimiento, para que las jóvenes les enseñen sus conocimientos y experiencias tecnológicas. Las relaciones de autoridad y conocimiento se tensionan, y se aprende un nuevo lenguaje: el de la red y la acción a distancia, de manera “informal”, en medio de prácticas de fraternidad y amistad.

Sin embargo, la incorporación de las tecnologías es un proceso lento. Para este colectivo, las acciones más significativas ocurren en las redes sociales locales (no digitales) y en la reconfiguración y búsqueda de nuevos horizontes políticos más localizados. Así, la página web, por ejemplo, surge como una necesidad de expansión política de la organización, pero dista mucho de ser un proyecto colectivo que les concierna a todas. De hecho, la gran actividad y multiplicidad de tra-

bajo y acciones en redes que tienen en el lugar, en el territorio, contrasta con la relativa lentitud con la que se mueve y actualiza la página web. Las listas de correo, en cambio, tienen mucho más movimiento y es a través de ellas que se establecen vínculos y se planean acciones conjuntas con grupos distribuidos en diferentes lugares del planeta. Es decir, son los objetivos políticos los que definen el lugar y el uso de las tecnologías.

Como contraste, en las listas de correos de la comunidad de Chicas Linux se nota una preponderancia de los temas técnicos y prácticos u organizativos, sobre los políticos. Esto es, hay más una orientación hacia el *open source* que hacia las problemáticas propias del software libre como un movimiento ciberpolítico. Sin embargo, los contenidos que resaltan la relación mujeres y tecnologías proponen construir nuevos sentidos para el ser mujer, nuevos horizontes para las *hackers*, entendidas como quienes manejan el código y se atreven a explorar nuevos caminos: alguien que ama la programación y disfruta explorando nuevas posibilidades¹⁰.

Así, las subjetividades que se perfilan en este momento en estos dos colectivos son diferentes a las mujeres de otras generaciones y de otros momentos histórico-culturales. Se trata de cibernautas que navegan por la información y contenidos de la Web, a veces sabiendo qué es lo que se busca y otras dejándose llevar por lo imprevisible y atiborrado del hipertexto y ello les da un carácter de aventureras; las otras, aunque puedan moverse también en el nivel de la información y los contenidos, se aventuran por las entrañas del código, por el camino de los algoritmos para el análisis y diseño programas, son *hackers* femeninas en permanente tensión con la marca de lo masculino.

La Corporación Vamos Mujer y las Chicas Linux se encuentran en ese marco de las rupturas y en ese contexto híbrido de prácticas sociales y políticas que se han mencionado antes. Ambos colectivos son expresión de un inconformismo por el mundo en que vivimos: Vamos Mujer tiene ya una larga historia de lucha contra formas políticas y culturales asimétricas en el país. Las Chicas Linux, por su parte, exponen su inconformismo por el mundo que recién les está tocando vivir fuertemente mediado por nuevas tecnologías

10. Los hackers tienen en común la pasión lúdica, la inteligencia y la voluntad de exploración. Podemos decir que el hacking significa explorar los límites de lo posible con un espíritu de sagacidad imaginativa. Cualquier actividad en la que se despliegue esta sagacidad tiene «valor» para el hacker. Ver: [Http://www.gnu.org/philosophy/schools.es.html](http://www.gnu.org/philosophy/schools.es.html)

Así, las subjetividades que se perfilan en este momento en estos dos colectivos son diferentes a las mujeres de otras generaciones y de otros momentos histórico-culturales. Se trata de cibernautas que navegan por la información y contenidos de la Web

y donde las mujeres han sido excluidas o ocupan un lugar subordinado. Pero, en ambos casos, se trata de sujetos colectivos con una fuerte agencia que representa formas alternativas de política que potencialmente quiebran los modelos de pensamiento modernos y racionales, donde las instituciones son pensadas como orden y bien; y la revuelta y sus movimientos, como un caos peligroso. Por el contrario, la creatividad social que estas subjetividades sociales tiene exige pensar modelos de pensamiento “otros” (ya no sabemos si los *post*, *neo*, sean suficientes) que apliquen distintos instrumentos de análisis a estos fenómenos compuestos, esto es, que son simultáneamente nuevos y viejos.

En el caso de las Chicas Linux, sus reivindicaciones como mujeres se ubican en el campo de la transformación y uso de la tecnología y no se dirigen de manera clara ni a la crítica al patriarcado como un sistema hegemónico de distribución de poderes y discursos, ni a la búsqueda de transformaciones sociales y políticas en el país, más allá de las del campo de lo tecnológico. Esta es también una paradoja, puesto que la ciudadanía que aquí se invocaría si bien tiene que ver con la participación “como ciudadanas de la sociedad de la información y el conocimiento”, y en ese sentido ser parte activa de ella, de otro lado desconoce y refuerza, por una parte, las trampas que allí dentro existen, esto es, los modelos homogeneizantes de la cultura, las estrategias del capital y del mercado donde se privilegian los que tienen las competencias y la capacidad de consumir bienes informáticos, así como las formas de subordinación y dominación presentes incluso en colectivos de software libre. Pero, de otra, se desconocen las otras exclusiones, injusticias e iniquidades de nuestra sociedad y que parecen desdibujarse en el mundo de los *bits* y de los *bytes* de la llamada sociedad de la información y del conocimiento. En esto no solo hay exclusiones de género: están las de raza, clase social, región, orientación sexual, etc. Casi podríamos decir que conviven en un mismo tiempo histórico diversas luchas ciudadanas. Por ello, quizás sea ahora prematuro, como ha señalado Jocke Hermes (2006), saber si se trata de la producción de nuevas ciu-

dadánias en el ciberespacio o de otras prácticas ciudadanas. Pero, en todo caso, son evidentes los cambios en las prácticas de los “estilos de vida” que pueden ser subversivas respecto a sistemas políticos y sociales abstractos.

En suma, tanto el quehacer cultural y político de los sujetos sociales vinculados a movimientos sociales, como el de los que transitan principalmente en entornos ciberculturales están promoviendo formas de hacer política aprovechando las potencialidades de los nuevos repertorios tecnológicos. En algunos casos, el peso y eje de acción lo tiene una política mayor o de proyecto en la que ubicamos a los movimientos sociales de mujeres, por ejemplo y, para otros, se trata de una política menor, o del acontecimiento ligada a la cotidianidad, a las acciones incidentales, a los afectos y a los lazos de amistad. Sin embargo, esto no quiere decir que una y otra política no se entremezclen, se confundan en algunos casos, donde de hecho aparecen a veces difusas, a veces de manera contundente en las historias de los sujetos sociales, las ofertas de sentido que cada política ofrece junto con sus prácticas sociales, valores y acciones. En ambos casos se trata de una política relacional, no del consenso, sino de redes de posicionamientos diferenciados, donde se instalan nuevas legitimidades de vida y acción conjunta, un “entre”, un “nosotros” que constituye formas emergentes de ciudadanía y de cultura política que la academia está en mora de comprender y, sobretodo, en mora de entrar a participar activamente en ellas.

Para concluir, diremos que las prácticas sociales de estos colectivos representan un ejercicio cultural y político, que es por cierto contradictorio, intermitente y ambiguo en sus acciones, pero se pone en juego allí la transformación de la cotidianidad, de la vida social, en sus valores y objetivos prioritarios, así como la capacidad de convertir algo en global desde la habilidad de ensamblar información diversa y generar nuevas configuraciones de sentido y formas de habitar el mundo, como lo muestran en diferentes niveles y contenidos los dos colectivos presentados. Asistimos, pues, a la reconfiguración de las relaciones entre cultura y

economía, de las relaciones de poder y los conocimientos globales y locales y a la emergencia de subjetividades individuales y colectivas que se mueven entre las inequidades e injusticias estructurales de vieja data en nuestras sociedades y las seducciones del actual capitalismo y sus modos de capturar la fuerza y la vitalidad de nuestros cuerpos-mentes en aras del mercado y el consumo. De ahí que sea necesario acudir a instrumentos conceptuales que nos permitan comprender estos fenómenos compuestos simultáneamente nuevos y viejos y, al mismo tiempo, percibir la vitalidad de esta creatividad social que construye subjetividades en relación con redes de posibilidades singulares pero también de acción de “lo común” y donde lo político y, por tanto, el ejercicio ciudadano, están más allá de la política y la ciudadanía como las habíamos comprendido. Se trata, como señala Ana María Fernández (2009: 32), “más bien de forzar los límites de lo posible. No sólo resistir sino también inventar, en actualizaciones de deseo, desde potencias deseantes, formas cada vez más libres de amar, de trabajar, de estar, de pensar... entre algunos, entre muchos”.◆

BIBLIOGRAFÍA

- BAUMAN, P. Y JARA, A. (2001). “E-Government y redes electrónicas comunitarias. Entre la mercantilización y la politización de las relaciones sociales”. Documento de Trabajo n.º 23, en *Nuevos Paradigmas de Participación Ciudadana a través de las tecnologías de información y comunicación*. Argentina: Instituto de Investigaciones Gino Germani, UBA.
- BONILLA, MARCELO (2001). “Las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC), herramientas de empoderamiento simbólico en América Latina, en *Cuadernos de Iberoamérica, globalización y nuevas tecnologías: nuevos retos y nuevas reflexiones*. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación la Ciencia y la Cultura.
- BUSANICHE, BEATRIZ (2009). *El software libre y las mujeres*. Disponible en <http://www.liminar.com.ar/txt/busaniche.rtf>. Consultado el 21 de enero de 2009.
- CASTRO-GÓMEZ, SANTIAGO (2000). “Ciencias sociales, violencia epistémica y el problema de la invención del otro”, en *La colonialidad del saber : eurocentrismo y ciencias sociales*. Buenos Aires: CLACSO.
- DE SOUZA SANTOS, BOAVENTURA (2003). *La caída del Angelus Novus: Ensayos para una teoría social y una nueva práctica política*. Bogotá: Editorial Universidad Nacional, ILSA.
- _____ (1998). “Subjetividad, ciudadanía y emancipación”, en *De la mano de Alicia: Lo social y lo político es la Posmodernidad*. Bogotá: Editorial Siglo del Hombre, Universidad de los Andes.
- ESCOBAR, A. (2005). Other Worlds are (already) possible: Cyber -Internationalism and Post-Capitalism Cultures, *Revista TEXTOS de la Cibersociedad*, 5. Disponible: <Http://www.cibersociedad.net>
- _____ (2003). “Globalización, desarrollo y modernidad”, en *La iniciativa de la Comunicación*. www.comminit.com/la/teoriasdecambio/lacth/lasld-256.html. Acceso On line, mayo 2007.
- FERNÁNDEZ, ANA MARÍA (2009). “Las diferencias desigualadas: multiplicidades, invenciones políticas y transdisciplina”, en *Revista Nómadas* n.º 30, Bogotá: Universidad Central, Bogotá, pp. 22-33.
- FINQUELIEVICH, SUSANA (comp.) (2000). *Ciudadanos, a la Red. Los vínculos sociales en el ciberespacio*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS, la CRUJIA.
- FINQUELIEVICH, LAGO MARTÍNEZ; CORREA, VERCELLI (2003). “Estudio para la creación de una sesión sobre “Indicadores de la Sociedad de Información en Educación, Ciencia, Cultura, Comunicación e Información”, en el “Observatorio de la Sociedad de la Información” de la UNESCO-Montevideo.
- HENSON, VAL (2008). *Cómo animar a las mujeres a Linux*. Disponible en <http://alvaro-martinez.net/es/documento-como-animar-a-las-mujeres-a-linux/>. Consultado el 12 de diciembre de 2008.
- HERMES, JOKE (2006). “Citizenship in the age of the Internet”, en *European Journal of Communication*, n.º 21, pp. 295-309. Disponible en <http://ejc.sagepub.com/cgi/content/abstract/21/3/295>
- HERRERA, MARTHA C. (2005). Ciudadanía Social y Cultural: retos del Aprendizaje ciudadano en el siglo XXI (documento de trabajo), conferencia presentada en el VII Congreso Iberoamericano de Historia de la Educación Latinoamericana, Quito, Sep. 13-16, 16 p.
- LAZZARATO, M. (2006) *Políticas del Acontecimiento*. Buenos Aires: Editorial Tinta Limón.
- MARTIN-BARBERO, JESÚS (2005). “Globalización comunicacional y transformación cultural”, en De Moraes, Dênis (coord.) *Por Otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder*. Barcelona: Ed. Icaria-Intermón-Oxfam, pp. 39-62
- SAENZ, JAVIER (2006). “Desconfianza, civilidad y estética: Las prácticas estatales para formar a la población por fuera de la escuela en Bogotá (1994-2003)”, en *Revista de Estudios Sociales*, n.º 23, abril 2006. Bogotá: Universidad de los Andes, pp. 11-22.
- LECHNER, NORBERT (2002). *Las sombras del mañana: la dimensión subjetiva de la política*. Santiago de

Chile: Ed. Lomen.

LEWKOWICZ I. (2004). *Pensar sin Estado. La subjetividad en la era de la fluidez*. Buenos Aires: Paidós.

LOZADA, MIREYA (2004). “El ciberciudadano: representaciones, redes y resistencias en Venezuela y América Latina”, en Mato, D. (Coord.) *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización*. Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela, pp. 167-180.

MARTÍNEZ COLLADO, A. (s.f) *Tecnología y construcción de la subjetividad. La feminización de la representación Cyborg*. <http://www.accpa.org/numero5/cyberfem.htm> Consultado el 22 de diciembre de 2008.

MORENO, FLOR ALBA (2004). *Genealogía de la Corporación Vamos Mujer 1979-2004. Podemos descubrir el mundo, el rey está desnudo*. Medellín.

Mujeres en red por un software libre. http://lac.derechos.apc.org/es.shtml?apc=21867se_1&x=5041491. Consultado el 11 de junio de 2007.

RUEDA, ROCÍO (2008a). “Cibercultura/es: capitalismo cognitivo i cultura”, en *Temps d' Educació*, n.º 34, Universidad Autónoma de Barcelona, pp. 251-264

_____ (2008b). “Cibercultura: metáforas,

prácticas sociales y colectivos en red”. En: *Nómadas*. Bogotá: Universidad Central-IESCO. v.28, p. 8 - 21.

_____ (2007). “Ciberciudadanía: teorías y prácticas en tensión” En: *Ciberamérica en red. Escotomas y fosfenos 2.0.1* Barcelona: Editorial Universidad Oberta de Cataluña-UOC.

_____ (2005). “Apropiación social de las tecnologías de la información: Ciberciudadanía emergentes”, en *Revista Comunicación y Tecnologías Educativas*, Vol. 41, ILCE, México, pp. 19-33.

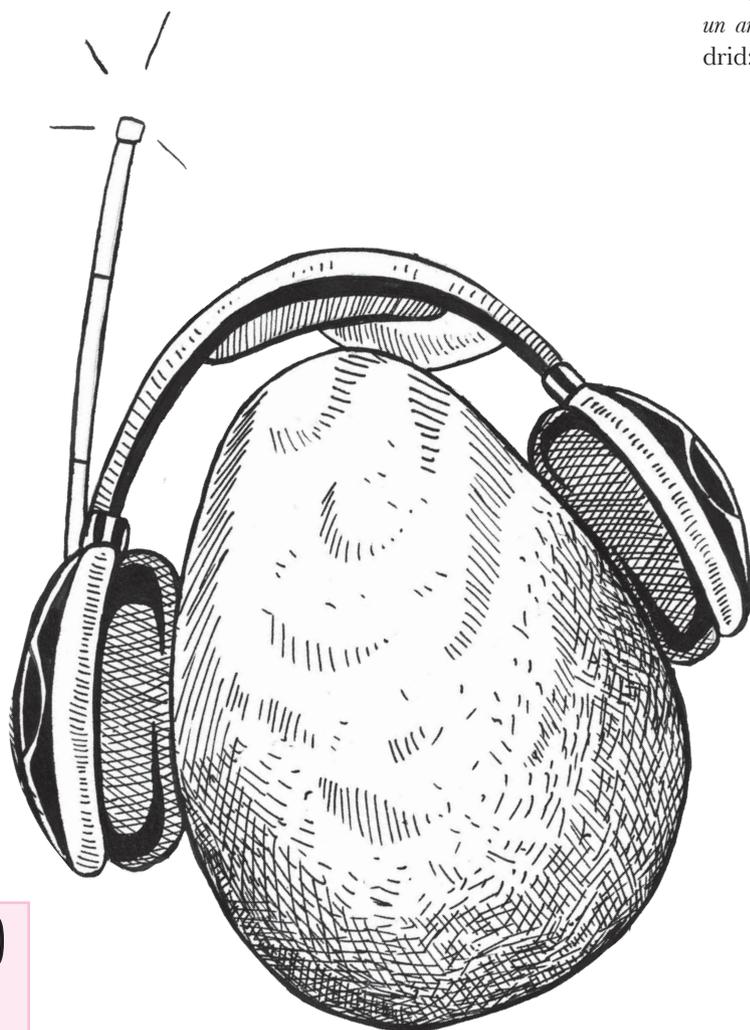
RUEDA, O. ROCÍO Y SUAZA LUZ MARINA (2010). “Cibercultura, género y política. Hacia una emergente creatividad social y educativa”, en *Revista Pedagogía y cultura*. España: Universidad de las Islas Baleares. (En prensa).

TIKLY, LEÓN (2004). “Education and the new imperialism”, en *Comparative Education*, Vol. 40, n.º 2, pp. 173-198.

TREJO D., RAÚL (2004). “La investigación latinoamericana sobre Internet. Brechas digitales y diversidad analítica”, en *TELOS*, n.º 61. Versión Digital.

VALDERRAMA, CARLOS (2007). *Ciudadanía y Comunicación. Saberes, opiniones y haceres escolares*. Bogotá: Universidad Central-Siglo del Hombre Editores.

VIRNO, P. (2003). *Gramática de la Multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*. Madrid: Ed. Traficantes de sueños.

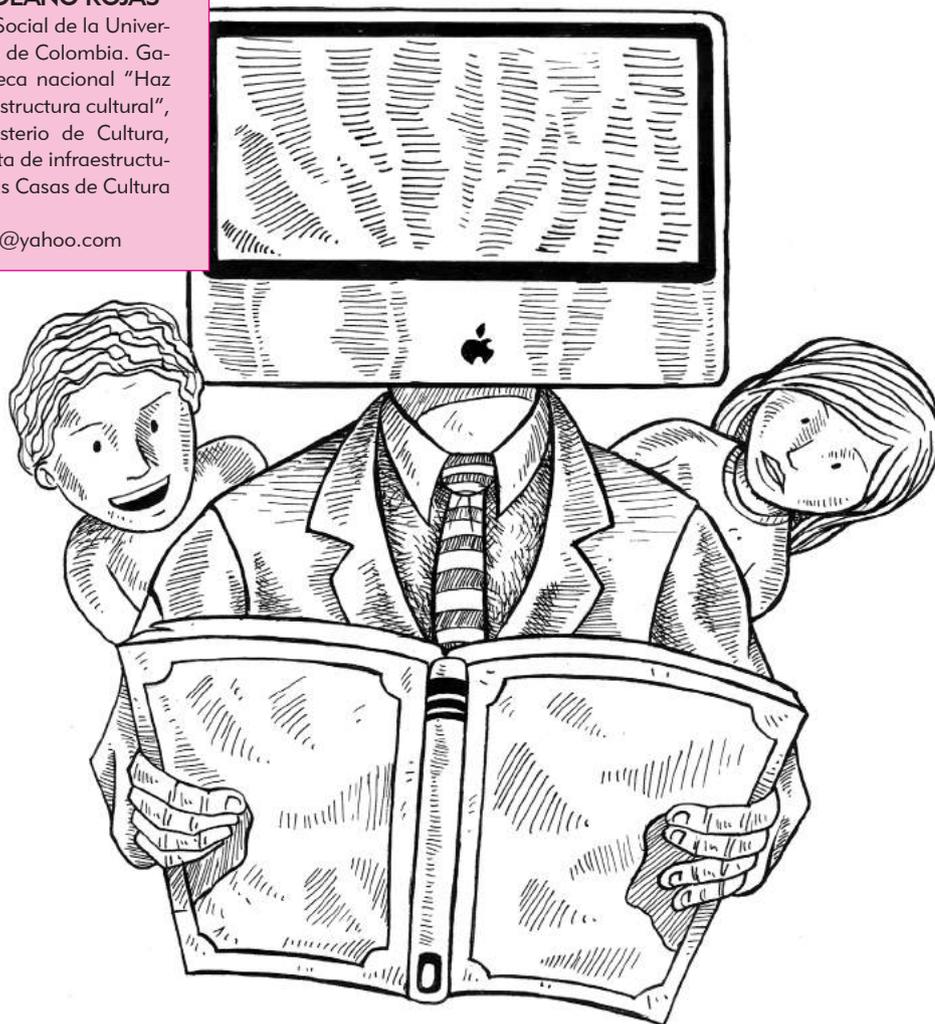


Web social para la gestión cultural regional en Colombia

ADRIANA MOLANO ROJAS

Comunicadora Social de la Universidad Externado de Colombia. Ganadora de la beca nacional "Haz tu tesis en infraestructura cultural", 2008, del Ministerio de Cultura, con la "Propuesta de infraestructura virtual para las Casas de Cultura en Colombia".

adriana.molano@yahoo.com



RESUMEN

Este artículo propone el uso de aplicaciones de la web social como herramientas para la gestión cultural regional, tomando como base la experiencia colombiana. A partir de la relación comunicación-cultura y considerando las políticas y programas culturales nacionales, se sugiere el uso de la Web 2.0 para dinamizar sus procesos. Como cierre se presentan recomendaciones generales para la implementación de una estrategia de apropiación digital para visibilizar las manifestaciones culturales municipales.

Palabras clave: Web social, Comunicación-Cultura, Cultura regional, Participación ciudadana.

ABSTRACT

This article proposes the use of social web applications as tools for regional cultural management based on the Colombian experience. From the communication-culture relationship, considering the national cultural policies and existing programs, the text suggests the use of Web 2.0 as device to improve the dynamic of its processes. Finally the article presents general recommendations for implementing a strategy based on digital appropriation to show regional cultural products.

Keywords: Social web, Communication - Culture, Regional culture, Civic participation.

Colombia es un país de regiones; nuestra consolidación como nación parte del reconocimiento de la diversidad y los saberes propios de cada comunidad. La legislación y las políticas culturales promueven la integración del patrimonio regional para fortalecer así el nacional. Hemos visto cómo las regiones cobran cada vez más importancia en el marco de la ejecución de las políticas culturales; el desarrollo en infraestructura está planteado pero la altísima inversión requerida detiene el avance uniforme para todas las comunidades, por lo que sus procesos de gestión cultural se limitan a los recursos y espacios locales.

La directriz nacional se orienta hacia el desarrollo tecnológico del país y la adaptación de sus procesos institucionales a plataformas informáticas que faciliten la gestión administrativa. Así mismo, las políticas culturales son cada vez más integradoras en el ámbito de las manifestaciones y contienen indicaciones específicas relacionadas con la necesidad de vincular las formas de expresión regional a la conformación de lo nacional frente a lo global.

Tenemos entonces que el país es rico en manifestaciones culturales y que la necesidad de visibilizarlas y propiciar su interacción es imperiosa en el marco de la globalización. Existen las políticas que sustentan la voluntad institucional de usar las tecnologías de la información como herramienta para el desarrollo nacional. Las comunidades regionales asumen el reto de mantener viva su cultura y hacerla trascender más allá del ámbito local. Los componentes están dados y aun así pareciera que no es posible generar dinámicas integradoras frente a la cultura regional, por lo que surge la pregunta por cómo la comunicación puede aportar a los procesos nacionales de gestión cultural.

Nuestra propuesta para dinamizar las políticas vigentes en el marco de la relación comunicación-cultura supone el desarrollo de estrategias de gestión cultural que involucren el uso de las aplicaciones desarrolladas por la web social, permitiendo la inclusión de las manifestaciones culturales locales en el ámbito global a través de la participación y la interacción comunitaria.

COMUNICACIÓN Y CULTURA: CONSTRUYENDO DESDE LO INTANGIBLE

La pregunta por la comunicación es extensa y el debate por la cultura es aún mayor. Sin embargo, una propuesta que parte de la relación comunicación – cultura requiere una mínima claridad sobre sus definiciones.

De una parte, la comunicación ha evolucionado desde el esquema funcionalista, donde el medio es el protagonista, hasta propuestas con un enfoque más complejo del proceso comunicativo, que superan la visión instrumental y la definen como un escenario que permite a los actores sociales generar diversas formas de contacto que derivan en conocimientos colectivos y permiten dinamizar procesos y alinear comportamientos y compromisos sociales (Bustos y Lozano, 2002: 16).

Partir de una comunicación que se ocupa de las relaciones, interacciones y dinámicas sociales implica perder la comodidad de limitarse a la emisión de mensajes y abre la puerta al reto de formular estrategias de comunicación con impacto en el desarrollo social y cultural.

De otra parte, la cultura, sus manifestaciones y reconocimiento patrimonial empezaron como objeto de análisis de diversas disciplinas y hoy se entiende como sujeto activo dentro de la construcción de identidad local y nacional a partir de su gestión adecuada. Para este caso, cultura es “el modo particular en que una sociedad experimenta su convivencia y la forma en que se la imagina y se la representa” (Programa Nacional para las Naciones Unidas, 2002). Lo simbólico de las manifestaciones culturales y lo dialógico de su construcción colectiva ubican a la comunicación en la posición de interlocutora.

 **Tenemos entonces que el país es rico en manifestaciones culturales y que la necesidad de visibilizarlas y propiciar su interacción es imperiosa en el marco de la globalización** 

Ahora bien, para este caso las manifestaciones culturales regionales son entendidas como la forma en la que una comunidad se apropia, interpreta y dinamiza el conjunto del patrimonio cultural, material e inmaterial, que la sitúa en una perspectiva de largo plazo, la comunica con el pasado, le proporciona claves para comprender lo que es, da sentido a su existencia como pueblo o como cultura, la enriquece individual y colectivamente, mejora su calidad de vida, genera riqueza y crea un ámbito en el que se es capaz de reconocerse como parte de una comunidad con voz propia (Ministerio de Cultura, s.f.). Así, los centros históricos, monumentos, iglesias, parques, plazas de mercado y en general los escenarios de la cultura local cohabitan en el universo digital con la

tradición, la memoria, las versiones oficiales y no oficiales de la historia, los mitos, los saberes, las artes, los oficios tradicionales y en general todas aquellas formas tangibles o intangibles que constituyen la identidad local.

La relación comunicación – cultura ha sido analizada y adaptada de acuerdo con las condiciones sociales, económicas y técnicas de cada comunidad. Teóricos latinoamericanos en comunicación han desarrollado sus propuestas, sobrepasando el ámbito instrumental que supone el uso de los medios, para formular debates que aportan a la construcción social y al desarrollo de nuestras naciones. En este sentido, el avance de las TIC y la construcción de redes en el marco de la sociedad de la información constituyen un reto para la cultura nacional.

“Las relaciones de la cultura con la comunicación han sido con frecuencia reducidas al mero uso instrumental, divulgador y doctrinador. Pero esa relación desconoce la naturaleza comunicativa que la comunicación ocupa en la estructura del proceso cultural, pues las culturas viven mientras se comunican unas con otras, y ese comunicador conlleva un denso y arriesgado intercambio de símbolos y de sentidos” (Martín-Barbero, 2003: 74).

Para el caso latinoamericano, Jesús Martín-Barbero (Ídem: 189) hace referencia a dos reubicaciones necesarias: la primera, sobre lo nacional y lo que representan las culturas populares para cada comunidad; la segunda, sobre la necesidad de cambiar el paradigma de lo que es considerado cultura para aceptar la inclusión de la tecnología para lograr su visibilización, entendiendo esta última no como una herramienta dócil y transparente, sino como una instancia de realización de la misma cultura.

El uso de la tecnología se asocia en primera instancia con su capacidad de cobertura y velocidad en la transmisión de datos. En el caso de la cultura, además de prestar esos beneficios, las TIC ofrecen la capacidad de integrarse a los procesos sociales y culturales, aportándoles en lo técnico y transformando el sentido que se construye a través de ellas.

El debate sobre las tecnologías en la cultura fue propuesto en nuestro continente décadas atrás. Respecto de las transformaciones sociales, Bruner (2000: 14) reconoce el impacto que puede causar la inclusión tecnológica en una comunidad; en complemento, García Canclini (1987: 58) habla de la necesidad de crear circuitos horizontales de comunicación que trasciendan la producción de información cultural centro-periferia y permitan el desarrollo regional y la descentralización de la

gestión de los procesos, propiciando el tejido de redes sociales democráticas y participativas.

Estamos frente a nuevas formas de la cultura. Lo validado socialmente evoluciona en proporción a la capacidad de procesamiento de los nuevos computadores. La *glocalización*¹ cobra más sentido y los Estados-nación adaptan su papel en función de las demandas transnacionales a la vez que buscan abrir espacios para el desarrollo de sus regiones.

POLÍTICAS Y ESPACIOS: ESCENARIOS PARA LA CULTURA

Entendemos la gestión cultural como el “conjunto de herramientas que facilitan el desarrollo de proyectos culturales para obtener los mejores resultados con los recursos disponibles” (Ministerio de Cultura, 2010: 8). En esta medida, la comunicación interviene en la formulación de estrategias que optimicen esos recursos locales, valorándolos y permitiendo su circulación en los ámbitos nacional y global.

Colombia es un país rico en manifestaciones culturales por la diversidad de sus habitantes. Las comunidades han generado iniciativas de organización y las políticas nacionales han propiciado la construcción de espacios físicos dedicados a la gestión cultural: Casas de Cultura, Centros de Memoria, bibliotecas y archivos, entre otros, con programación dedicada a la revitalización de la identidad cultural local.

.....
1. Manuel Castells se refiere a la glocalización como la articulación entre los procesos económicos globales y el rescate del valor simbólico de lo local.

Ya se avanzó en la organización comunitaria para la gestión cultural; sin embargo, en los ámbitos municipal y regional, los espacios culturales existentes cuentan con una infraestructura básica, escasos recursos y gestores con más interés que formación. Las dinámicas de gestión han sido propuestas, hace falta trabajar en la consolidación de las mismas, partiendo de las políticas nacionales y administrando de la mejor manera los recursos locales para propiciar la autosostenibilidad de la cultura local.

El Ministerio de Cultura se ha ocupado de la formulación de políticas que dinamizan y fortalecen los procesos de rescate, creación, formación, producción y distribución de las manifestaciones culturales locales. La preocupación nacional está alineada con las propuestas globales, que a través de la UNESCO y otros organismos multilaterales, reconocen la diversidad cultural de cada comunidad como fuente de identidad colectiva e individual, que además de consolidar lo simbólico está en capacidad de aportar al desarrollo social y económico de cada nación (Ballart Hernández, 2001: 167).

“Hoy reconocemos que los procesos culturales son espacios donde se construyen la unidad simbólica de cada nación y las diferencias entre las clases, donde cada sociedad organiza la continuidad y las rupturas entre su memoria y su presente. Pero la cultura es además el territorio donde los grupos sociales se proyectan hacia el futuro, donde elaboran práctica e imaginariamente sus conflictos de identidad y realizan compensatoriamente sus deseos. (...) Una buena política cultural no es la que asume en forma exclusiva la organización del

desarrollo cultural en relación con las necesidades utilitarias de las mayorías –condición indispensable para que sea democrática–, sino que abarca también los movimientos de juego y experimentación, promueve las búsquedas conceptuales y creativas a través de las cuales cada sociedad se renueva” (García Canclini, Ob. cit.: 60).

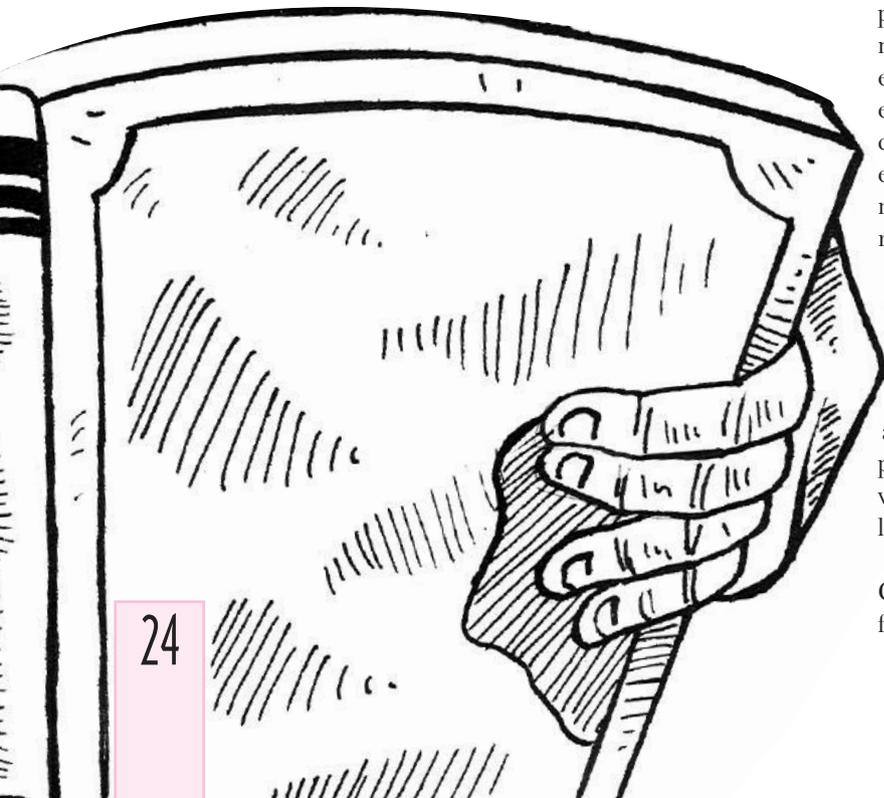
Raymond Williams (1997: 104) clasifica el proceso cultural diferenciando entre lo arcaico, lo residual y lo emergente. Lo arcaico comprende las formas culturales construidas en el pasado y que hoy se entienden como tales; lo residual abarca aquellas formas de origen en el pasado cuyas prácticas perviven en el presente. El ámbito de lo emergente designa los nuevos significados y valores, nuevas prácticas y relaciones sociales. El reto nacional es el reordenamiento del espacio cultural colombiano frente a un mundo global. Sumar lo arcaico y lo residual y visibilizarlo a través de las formas emergentes de la cultura que las tecnologías pueden ofrecer (Ministerio de Cultura, s.f.: 2).

Desde esta perspectiva, el modelo de la democracia participativa en las políticas culturales de Néstor García Canclini puede enmarcar las propuestas de uso de la web social para la gestión cultural. Dicho modelo supone la coexistencia de múltiples culturas en una misma sociedad y la idea de que su reconocimiento propiciará el desarrollo autónomo y condiciones igualitarias de participación de cada individuo, en cada cultura, y de cada una de ellas respecto de las demás.

El documento Visión Colombia 2019 contiene los lineamientos generales de desarrollo nacional que se espera alcanzar en esta década; allí, el valor de la comunicación se da en función de “la necesidad de ir más allá de la valoración de la diversidad para provocar diálogos, interacciones y enriquecimientos mutuos entre las distintas culturas. En este sentido, el diálogo en las culturas y entre las culturas invoca el sentido político del término ‘reconocimiento’, el cual implica convertir la apreciación de la diversidad en prácticas sociales y formas de actuar y de relacionarse sustentadas en el ejercicio de derechos y deberes ciudadanos” (Ídem: 30).

La participación ciudadana y la construcción colectiva de la cultura son los pilares de la nación que se está construyendo. Desde esta perspectiva, propuestas como la democracia participativa propenden por la interacción y autogestión comunitaria, características indispensables para la inclusión de la cultura al universo digital desde las plataformas ofrecidas por la Web 2.0.

Los avances en políticas del Ministerio de Cultura se han traducido en el desarrollo de infraestructuras físicas y virtuales. Las experiencias



exitosas se han concentrado en el aprovechamiento de la capacidad integradora de los espacios físicos. Así mismo, algunas comunidades regionales han avanzado en apropiación tecnológica, principalmente bajo el marco de dos proyectos nacionales: Computadores para Educar y el Sistema Nacional de Información Cultural.

El programa Computadores para Educar, hoy coordinado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en asocio con el Ministerio de Cultura, ha otorgado dotaciones tecnológicas a un gran número de municipios del país a través de sus bibliotecas y Casas de Cultura. Además de la entrega de equipos, el programa ha capacitado a miles de colombianos en el uso de herramientas digitales y el desarrollo de estrategias de visibilización de sus proyectos regionales a través de las mismas.

Por su parte, el Ministerio de Cultura ha establecido una plataforma de información especializada sobre el sector cultural con el rediseño virtual del Sistema Nacional de Información Cultural (SINIC), cuya etapa de montaje abarcó entre 2002 y 2005 y actualmente se encuentra en proceso de

La voluntad de trabajo existe desde las regiones. En consulta realizada por el Ministerio de Cultura en el año 2007 (Ídem: 10), en 580 municipios, los artistas, artesanos y gestores culturales expusieron sus inquietudes respecto a las políticas culturales nacionales:

- La necesidad de fortalecer los procesos de creación y preservación de las memorias.
- La necesidad de valorar y reconocer el aporte de las identidades regionales a la construcción de la nación.
- La necesidad de asegurar la participación de las comunidades en las decisiones respecto a la gestión cultural.
- La certeza de que la cultura podría aportar a la construcción de realidades más pacíficas y solidarias.

En respuesta a esas necesidades, las políticas culturales plantean una nueva forma de relación entre lo cultural, lo educativo, lo comunicativo, lo científico y lo tecnológico, donde las herramientas de cada uno de estos campos se ponen al servicio de los demás para propiciar un verdadero desarrollo nacional.

Propuestas como la democracia participativa propenden por la interacción y autogestión comunitaria, características indispensables para la inclusión de la cultura al universo digital desde las plataformas ofrecidas por la Web 2.0.

implementación. Su objetivo fundamental es articular de manera sistemática información básica sobre el sector cultural, impulsar el diálogo entre los distintos agentes del sector a través del intercambio de información y sensibilizar a los agentes culturales respecto a la importancia de la información para la toma de decisiones (Ídem: 38).

Según datos de la Agenda de Conectividad², para el 2009 un 70% de los municipios del país contaba con capacidad real de conexión a través de internet, valiéndose de los equipos y las plataformas gubernamentales. Desafortunadamente las manifestaciones culturales regionales permanecen ocultas detrás de los formularios que consignan información administrativa de los centros culturales y las aplicaciones rígidas que impiden el ejercicio del gestor local a través de la web.

.....
2. La Agenda de Conectividad es un Programa dentro del Proyecto Gobierno en Línea, a cargo del MinTic, encargado de impulsar el uso de las TIC como herramienta dinamizadora del desarrollo social y económico nacional.

WEB SOCIAL: INTERACCIÓN E INTEGRACIÓN

Son innegables los avances en participación ciudadana y en construcción de espacios físicos para desarrollar y socializar actividades culturales que se han dado en nuestro país; sin embargo, en el marco de la sociedad de la información y con la inclusión de las nuevas tecnologías como herramientas para la construcción de la vida comunitaria, la presencia virtual cobra más sentido diariamente y no es posible pensar una organización social que trascienda asilada del sistema de redes.

La implementación de las TIC en los procesos sociales y culturales permite el desarrollo de relaciones de red desde las cuales es posible una verdadera interacción, que supone el flujo de información y sentidos desde y entre los distintos nodos vinculados.

De acuerdo con el grado de acceso, formación y apropiación digital de cada comunidad, dicha circulación en el ámbito cultural, además de propiciar la visibilización de información, puede activar y transformar el sentido en el que se desarrollan los procesos de comunicación y ejercicio del poder, facilitando la acción democrática y participativa.

“La producción de conocimientos en red, y las interconexiones sin tiempo ni espacio que

“ La implementación de las TIC en los procesos sociales y culturales permite el desarrollo de relaciones de red desde las cuales es posible una verdadera interacción, que supone el flujo de información y sentidos desde y entre los distintos nodos vinculados ”

se establecen entre los analistas simbólicos, son efectivamente un rasgo central de la sociedad de la información, por eso puede esperarse que la globalización, la interconectividad, la movilidad y la multiplicación de los flujos –de ideas, información, conocimientos, datos, experiencias, personas, productos y servicios– empujen también hacia una completa reorganización de las actividades más avanzadas de conocimiento, donde sea que ellas se localicen. Necesitarán re-diseñarse para aprovechar las ventajas de operar en red; es decir, mediante el desarrollo de relaciones flexibles, sin centro fijo, multi-direccionales, de alta velocidad y alcance global, y con una creciente intervención y control por parte de quienes participan en dichas actividades” (Brunner, 2000: 17).

Aparece entonces internet como espacio público determinado por las mismas lógicas de relaciones y poder que median en nuestras sociedades (Casacuberta Sevilla, 2003: 11). La jerarquización, exclusión y los vicios de forma y fondo de las prácticas reales pueden trasladarse al espacio virtual, pero ello no significa que la web en sí misma sea segregadora sino que de su administración depende el grado de integración que genere.

“La Web 2.0 podría definirse como la promesa de una visión realizada: la Red convertida en un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento” (Fumero y Roca, 2007: 12).

Cuando hablamos de Web 2.0, o web social, pensamos en dos principios básicos: interacción y flexibilidad. La interacción se refiere a la capacidad de los usuarios para establecer diálogos con los contenidos on-line; la flexibilidad se relaciona con la versatilidad multimedia de los contenidos publicados. Los diseños digitales tradicionales han sido relegados por espacios como blogs, buscadores especializados, plataformas de audio y video para compartir, redes sociales y marcadores, entre otras, cuyo componente fundamental es la participación activa de los usuarios, bien como proveedores de contenido, re-creadores del mismo o críticos frente a lo publicado.

Es cierto que la red está lejos de ser inclusiva, pero este defecto se deriva de los problemas de conectividad y carencias en la formación de las comunidades. Aun así, el escenario y las políticas están dadas, la aplicación de los programas gubernamentales para la inclusión tecnológica de la nación permitirían alcanzar un punto de equilibrio entre los agentes culturales con acceso y las personas sin él, que debidamente representadas por los primeros podrán estar igualmente activas frente a los procesos de gestión cultural digital.

Se sugiere el uso de herramientas de la web social como eje de una estrategia que ponga en circulación las manifestaciones culturales regionales y apoye sus procesos de gestión. Luego de conocer las condiciones como se ejecutan las actividades locales, es difícil pensar en una estrategia de articulación que cumpla en mejores condiciones con las expectativas nacionales. Participación social, visibilización de procesos culturales, autosostenibilidad de la propuesta y bajos costos de administración son las cartas de presentación de la web social.

El problema de la conexión y la formación sigue siendo el mayor reto para hacer posible la implementación de una propuesta web en las regiones. La cobertura nacional se dará en el mediano plazo y los procesos de capacitación para el uso de las herramientas digitales cada vez cobran más fuerza en las escuelas y la formación técnica laboral, permitiendo que las comunidades regionales accedan a estos servicios.

Procesos de creación colectiva, como los propuestos por Casacuberta (Ob. cit.: 21), permiten el uso autosostenible de los espacios virtuales. La capacidad que los escenarios digitales proyectados tengan para captar las voces de las regiones, sin mediaciones centrales y con independencia tecnológica y de contenidos, de modo que sea la cultura local la que esté presente y no una visión sesgada desde lo hegemónico al publicar contenidos, empoderarán a las regiones y permitirán alcanzar las metas políticas y sociales propuestas para el mediano plazo.

En el caso de los espacios culturales, suele suceder que los bienes utilizados como espacio de

gestión corresponden a construcciones históricas recuperadas por las alcaldías municipales y adaptadas precariamente para el desarrollo de actividades artísticas. Cuando se construye una edificación para la cultura difícilmente es dejada bajo la tutela de la comunidad, hecho que termina por convertirla en un sobre costo para la administración local que, dependiendo de su interés, puede o no ser atendido presupuestalmente.

En este sentido, las propuestas web ofrecen una relación costo-beneficio muy favorable para la nación. Los gastos en diseño pueden asumirse por primera y única vez dentro del proyecto, partiendo de que los desarrollos en web social son de uso público en el ciberespacio y ya se encuentran disponibles para su aplicación en cualquier ámbito digital. Los costos de administración se restarían en tanto la comunidad, por su voluntad o la vinculación a alguna institución determinada, asumiría el manejo técnico en cada municipio, requiriendo únicamente un administrador central que vele por el funcionamiento técnico de los blogs, wikis o cualquier otro espacio que propicie la interacción regional, sin interferir con los procesos de gestión y producción de contenidos de cada comunidad.

Una vez *on-line*, el aprovechamiento de las herramientas que la web social ofrece en beneficio de las manifestaciones culturales locales, que puede generar ganancias que permitan su continuidad en el tiempo y su ampliación de acuerdo con las necesidades comunitarias. El asocio de la cultura con los sectores turísticos y comerciales, a través de las industrias culturales y de los prestadores de servicios, permitiría la inclusión de pauta publicitaria, anuncios especiales y un sinnúmero de oportunidades de capitalización del espacio virtual.

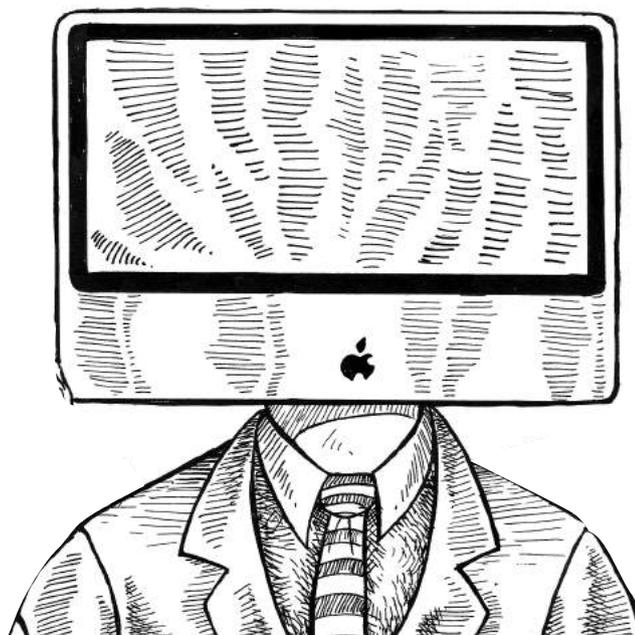
Hasta la última década del siglo pasado, la comunicación fue vista como un gasto adicional en la ejecución de proyectos. Hoy, la perspectiva es distinta y sus herramientas son valoradas no solo por

la visibilidad y posicionamiento que generan sino por la capacidad integradora y la consolidación de vínculos que permiten a través de la interacción.

Esta estrategia, además de contemplar la divulgación de las manifestaciones culturales en el ámbito global, entiende al ciberespacio como un escenario para los diálogos interculturales que permiten trascender el simple reconocimiento de la existencia del otro, para llegar al establecimiento de relaciones de solidaridad que fortalezcan las identidades culturales y por ende la identidad nacional.

“En los últimos años, la noción de patrimonio cultural se ha ampliado considerablemente, y la importancia mucho mayor que ahora se le concede se basa en la conciencia cada vez más extendida de su riqueza y vulnerabilidad. Las actuales tecnologías de la información y de las comunicaciones, junto con el turismo, permiten atender mejor la demanda social. En cuanto al patrimonio, debe ser asumido y vuelto accesible de manera más imaginativa, compartido más ampliamente entre los países y dentro de ellos, empleado de forma más creativa para reinventar una cultura viva –que en breve será considerada el patrimonio del futuro– y, en último lugar pero no por orden de importancia, cuidado más prudentemente como fuente importante de ingresos y empleo” (Ballart Hernández, 2001: 148).

La memoria y la tradición están contenidas en los escenarios clásicos de la cultura y su consumo se ha limitado a los museos, las bibliotecas, los archivos y los centros culturales. Las nuevas industrias culturales ven en la internet, como una herramienta de distribución y exhibición. Las manifestaciones culturales trascienden la materialidad de los objetos y, así mismo, las políticas y las formas de gestión de la cultura pueden hacerlo. Aquí la web social asume el doble papel de espacio y de herramienta para dinamizar los procesos comunitarios. El valor de



la implementación de una estrategia de gestión cultural que combine las manifestaciones regionales y las posibilidades digitales no se limita a la capacidad de conexión o acceso, sino que trasciende hacia la construcción de nuevos sentidos de la cultura y diversas formas de protegerla, divulgarla, preservarla y re-crearla donde los agentes culturales locales son autores y responsables de sus propias dinámicas de gestión.

HERRAMIENTAS VIRTUALES: RETOS Y OPORTUNIDADES

La relación comunicación-cultura sirve de marco para diseñar estrategias de uso de la web para dinamizar los procesos de gestión cultural regional. La tecnología está siendo valorada en su dimensión integradora, desde la cual es posible la generación, transmisión y almacenamiento de las manifestaciones culturales locales, a la vez que son visibilizadas y retroalimentadas por el contacto con otras expresiones similares.

Pensar en las mediaciones comunicativas de la cultura es pensar en la forma como éstas pueden transformar la vida social y las formas de interrelación. Las TIC dejan de ser el medio para la transmisión de un mensaje y se convierten en las herramientas para generar transformaciones en la gestión. Así, los nuevos gestores culturales deben estar en capacidad de aprovechar los recursos tecnológicos disponibles y articular sus proyectos con otros similares en otras regiones.

Identifiquemos las herramientas que ofrece la web social: blogs, wikis, redes sociales, plataformas de audio y video para compartir, marcadores y un sinnúmero de aplicaciones que buscan la participación activa de los usuarios. Pensemos ahora en un gestor cultural dedicado al trabajo con un grupo de niños para el rescate de la tradición oral en un municipio apartado del país. Agreguémosle a ese gestor un proceso de formación en el uso de las TIC, particularmente en las herramientas de la Web 2.0. Repliquemos el proceso en el ámbito local con otros gestores dedicados a diversas manifestaciones culturales, y del mismo modo en distintos municipios. El resultado: una red nacional que comparte contenidos sobre manifestaciones culturales regionales y propuestas de gestión para dinamizar procesos locales.

Una estrategia como la propuesta viene implementándose paso a paso en el ámbito nacional. Falta el impulso que congregue las iniciativas locales y consolide la red que permita la interacción entre la diversidad de manifestaciones culturales regionales y sus propuestas de desarrollo. A partir de experiencias previas en gestión cultural y usos de herramientas digitales para la cultura, a conti-

 **La memoria y la tradición están contenidas en los escenarios clásicos de la cultura y su consumo se ha limitado a los museos, las bibliotecas, los archivos y los centros culturales** 

nuación se presentan algunas consideraciones generales para lograr el acercamiento, formulación e implementación de una estrategia que a través del uso de la web social dinamice los procesos de gestión cultural regionales orientada según los principios conceptuales expuestos previamente:

1. Diagnóstico y acercamiento regional

Comprender las formas locales de gestión cultural es el punto de partida para desarrollar una estrategia de uso digital. Es cierto que existen modelos de gestión de amplio reconocimiento internacional y que las políticas culturales nacionales proponen unas estrategias para casos generales, pero también es cierto que las dinámicas municipales son disímiles y autónomas según las condiciones sociales, políticas y económicas de cada región; por esto, la elaboración de un diagnóstico que muestre las condiciones que enmarcan las manifestaciones culturales es básico para comprender el contexto en que se implementará la propuesta.

La comunicación es un campo del conocimiento alimentado por diversas disciplinas. Las herramientas y métodos de cada una de ellas facilitan el acercamiento y comprensión del ámbito municipal. Así, para formular una propuesta articuladora es necesario tener una base igualmente integradora, por lo que se recomienda constituir un equipo de trabajo interdisciplinar que acerque el conocimiento de las ciencias sociales y humanas a los desarrollos técnicos disponibles.

Aunque la propuesta tenga por finalidad el uso de las herramientas de la web social, es necesario partir de nociones teóricas que desde la comunicación y la gestión cultural sustenten el proyecto y permitan unificar el lenguaje del equipo y, a su vez, de éste frente a las comunidades, aportándole en credibilidad y coherencia.

Es importante considerar que el grupo encargado de formular la propuesta gozará del reconocimiento de las poblaciones y será objeto de preguntas sobre la forma más efectiva de desarrollar sus propios proyectos, por lo que es recomendable que todos los miembros del equipo, aun los técnicos, conozcan nociones básicas sobre políticas culturales y modelos de gestión para evitar conflictos por las sugerencias bienintencionadas pero carentes de sustentación.

Dentro del diagnóstico es necesario identificar los agentes culturales presentes en cada municipio y los proyectos previos que se han desarrollado en el campo material y digital, que servirán no solo como fuente de contenidos para la web sino como ejemplo de formas de organización local.

La dispersión de los agentes y de la información cultural regional es tan amplia como el mismo territorio municipal, por lo que es aconsejable evitar afanes en el diagnóstico y recopilación de la información. La web ofrece la posibilidad de ampliación permanente de la red pero una exclusión inicial a causa del afán puede desalentar a la comunidad y provocar diferencias entre las instituciones, artistas, artesanos y gestores locales; por esto, es fundamental identificar los agentes culturales clave para el municipio y vincularlos desde el inicio del proceso.

2. Recolección de la información cultural

La dispersión de la información, la dificultad para ubicar a los exponentes de las muestras culturales locales y la gran cantidad de información que se puede obtener en cada municipio suponen un ejercicio cuidadoso y ordenado para la recopilación, categorización y sistematización de la información obtenida.

Uno de los mayores retos que se puede enfrentar al plantear la conformación de una red digital es la generación de criterios para la inclusión de información sobre manifestaciones culturales locales. La amplitud del concepto, los intereses comerciales y el desconocimiento de los procesos locales son dificultades superables gracias a la estandarización de los criterios de acuerdo con la propuesta teórica y los objetivos específicos de la estrategia.

Para definir categorías de información es necesario tener en cuenta los antecedentes en gestión local, nacional e internacional, considerando la presencia global que tendrán los contenidos publicados *on-line* y la necesidad de articularlos con otros existentes en distintas latitudes. Al realizar los acercamientos a los productores locales, se sugiere seguir una matriz específica de recolección de información diseñada previamente.

Para el desarrollo de una plataforma que articule los procesos de gestión cultural de los distintos municipios del país, es indispensable aplicar los mismos criterios de recolección de la información en cada uno de los casos, permitiendo la interacción de contenidos y el acercamiento de poblaciones desde visiones paralelas, mostrando las similitudes y diferencias que configuran el mapa cultural de nuestra nación.

3. Formulación de las propuestas

digital y de contenidos

La formulación de la propuesta digital parte del conocimiento general de los desarrollos tecnológicos vigentes por parte del equipo de trabajo, logrando así el máximo aprovechamiento de sus recursos. Así mismo, el conocimiento de experiencias previas de la comunidad frente a desarrollos digitales y su nivel de apropiación tecnológica determinarán el grado de participación en la propuesta. El desarrollo de talleres de sensibilización y retroalimentación donde se escuchen las propuestas de la comunidad, le permitirá al equipo conocer la funcionalidad de las herramientas web para el caso particular y hacerse un panorama de las capacidades de uso tecnológico en cada región.

De acuerdo con los adelantos tecnológicos vigentes, la Web 2.0. ofrece herramientas que facilitan su uso y la dinamización de los procesos de gestión cultural desde las regiones y entre ellas. Es posible que por las condiciones técnicas y de apropiación digital sea necesario iniciar con una propuesta basada en Web 1.0. que luego se actualice con las herramientas de la web social para alcanzar la interacción deseada.

Considerando que la información marco del proyecto viene de las comunidades, es necesario el establecimiento de vínculos efectivos con los líderes regionales, quienes apoyarán el acercamiento a la población, aclararán dudas posteriores y fomentarán la inclusión en las redes sociales en beneficio del municipio.

4. Etapa de socialización y retroalimentación de la propuesta

Los artistas, artesanos y gestores regionales adelantan procesos autónomos, que gozan de patrocinios esporádicos de las instituciones municipales y reconocen el potencial de sus comunidades para desarrollar propuestas autosostenibles que vinculen los ámbitos sociales, culturales y económicos; sin embargo, en el caso de una propuesta digital, es necesario el apoyo técnico del equipo de trabajo. El primer paso hacia la construcción de la red será facilitar la implementación técnica y permitirá que la estrategia se consolide en el ámbito local, con la producción de contenidos y administración comunitaria.

En el marco de la democracia participativa, la libertad de expresión y el manejo directo de las páginas por parte de las comunidades y no necesariamente de las administraciones municipales, el uso de las herramientas de la web social para dinamizar la gestión cultural abrirá espacio a nuevas voces y a contenidos que afectan y hacen visibles los intereses de la población regional, aportando a la consolidación y posicionamiento de sus manifestaciones culturales, sin que ello implique un interés comercial que

sesgue los contenidos. En este sentido, se recomienda la identificación de líderes de opinión en distintos ámbitos municipales en quienes se delegue inicialmente la función de alimentación de contenidos y el uso de las herramientas de interacción como mecanismo de motivación para toda la comunidad regional.

5. Gestión de la red

Las propuestas de uso digital tienen ciertos riesgos que podrían afectar su implementación en el mediano y largo plazo. Es pertinente identificarlos y preverlos para mejorar las condiciones de ejecución:

- Escasa visibilidad de la red

Aprovechando los mismos recursos que ofrece la web, se recomienda el diseño y aplicación de una estrategia de posicionamiento y marketing virtual, logrando así visibilidad a través de otros portales que por su importancia para la administración y la difusión cultural local, nacional e internacional sirvan de puente entre los públicos objetivos y la plataforma desarrollada. Así mismo, se recomienda el diseño de una estrategia de medios tradicionales paralela para publicitar la existencia y uso de los espacios digitales desarrollados.

- Formación de las comunidades

La capacitación es un requerimiento constante para las comunidades que, asociado a la efectividad de programas de integración tecnológica y conectividad nacional, harán posible que los relatos regionales sean construidos por sus pobladores y no requieran de una intervención desde instituciones departamentales o nacionales. Es necesario diseñar y desarrollar talleres de sensibilización, formación y profundización en el uso de las herramientas digitales que hagan autosostenible la propuesta.

- Conectividad regional

Aunque el diagnóstico de las condiciones locales permitirá conocer el nivel de acceso real a internet, es comprensible que, dentro del mismo territorio, comunidades apartadas del casco urbano del municipio no cuenten con conexión, por lo que se recomienda su vinculación a través de líderes de opinión y asociaciones de artistas y artesanos. En la misma vía, programas como Computadores para Educar trabajan por ampliar su presencia en distintas regiones. El trabajo articulado con los ministerios y las instituciones dedicadas a la inclusión digital nacional facilitará la implementación del proyecto y permitirá mejorar las condiciones de las comunidades

vinculadas.

- Financiación

La ejecución de programas en el marco de las políticas nacionales suele contar con unos recursos determinados para el desarrollo inicial, pero más allá de los aportes que las fuentes oficiales de financiación puedan otorgar, es necesaria la gestión de recursos desde los programas de responsabilidad social empresarial o las agencias de cooperación internacional, entre otras, que puedan apoyar la continuidad y ampliación de la red. ♦

BIBLIOGRAFÍA

BALLART HERNÁNDEZ; Josep Tresserras; Jordi Juan I. (2001). *Gestión del patrimonio cultural*. Barcelona: Ediciones Ariel.

BRUNNER, JOSÉ JOAQUÍN (2000). *Educación: Escenarios de futuro – Nuevas tecnologías y sociedad de la información*. Bogotá: Ediciones Desde Abajo.

BUSTOS Y LOZANO (2002). *Comunicación, cultura y desarrollo*. Bogotá: Instituto Distrital de Cultura y Turismo.

CASACUBERTA SEVILLA, DAVID (2003). *Creación colectiva: en internet el creador es el público*. Barcelona: Gedisa Editorial.

CASTELLS, MANUEL (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial.

FUMERO, ANTONIO; GENÍS ROCA (2007). *Web 2.0*. España: Fundación Orange. Disponible en http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/WEB_DEF_COMPLETO.pdf

GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (1987). *Políticas culturales en América Latina*. México: Editorial Grijalbo S.A.

MARTÍN-BARBERO, JESÚS (2003). *Oficio de cartógrafo: Travestis latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Chile: Ediciones Fondo de Cultura Económica.

MINISTERIO DE CULTURA (2010). *Bitácora de la Memoria: Gestión Cultural*. Bogotá.

MINISTERIO DE CULTURA (s.f.). *2019 Visión Colombia II Centenario. Forjar una cultura para la convivencia*. Disponible en <http://mincultura.gov.co>

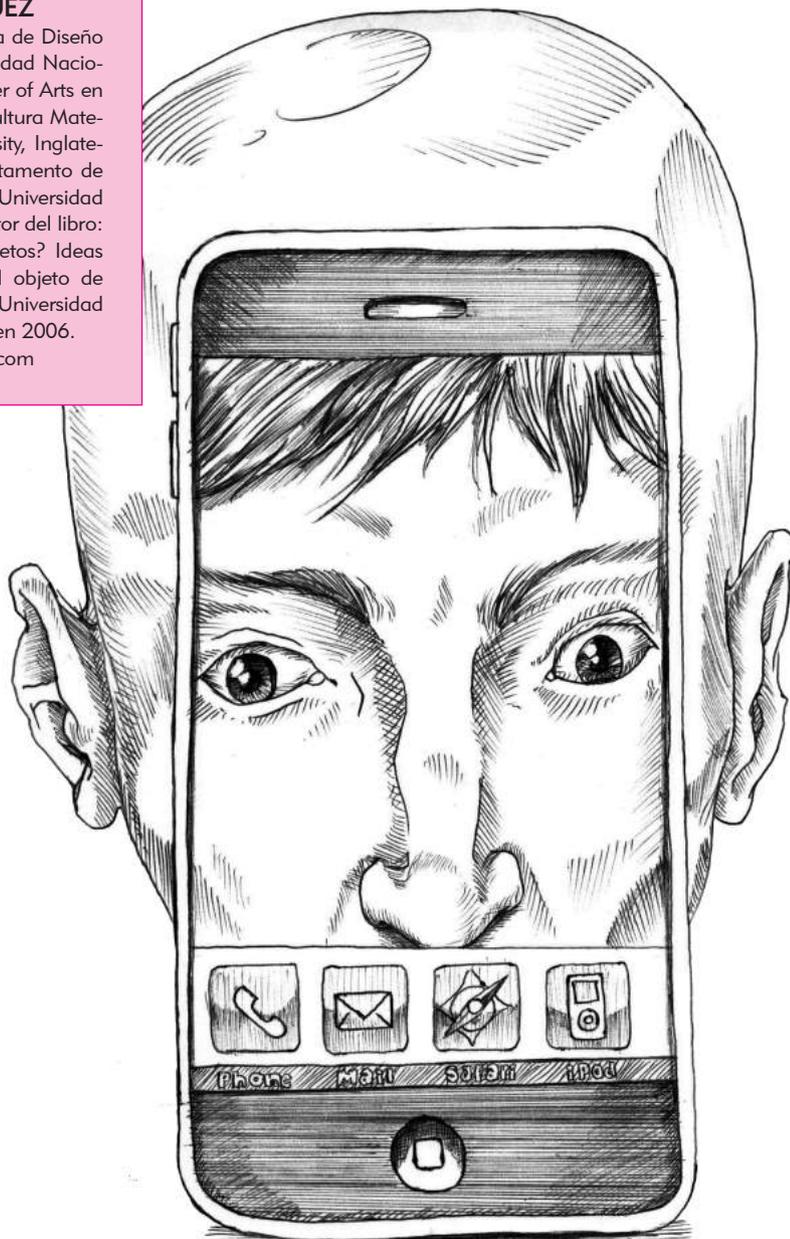
Programa Nacional para las Naciones Unidas (2002). *Informe 2002*.

WILLIAMS, RAYMOND (1997). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Ediciones Península.

Tecnología, diseño y cultura material

DAVID E. RODRÍGUEZ

Diseñador de la Escuela de Diseño Industrial de la Universidad Nacional de Colombia. Master of Arts en Historia del Diseño y Cultura Material de Brighton University, Inglaterra. Profesor del Departamento de Estética de la Pontificia Universidad Javeriana, en 2006. Autor del libro: ¿Cómo mueren los objetos? Ideas sobre la estética en el objeto de uso, publicado por la Universidad Nacional de Colombia en 2006. davidrodriguex@gmail.com



RESUMEN

Este artículo intenta responder a la pregunta sobre la forma como nos relacionamos con las nuevas tecnologías desde la perspectiva de la cultura material y los estudios de diseño. Al explorar la materialidad de la tecnología se hace evidente que existe un componente no tecnológico desarrollado por métodos no científicos de pensamiento que es en últimas el que nos permite establecer un tipo específico de relación con la tecnología. Este componente es propuesto por el diseño y por tanto es el resultado de un proceso de pensamiento creativo antes que uno científico. Así, entonces, es el diseño (o la forma) de los objetos tecnológicos lo que permite relacionarnos con la tecnología en tres niveles: simbólico, funcional

y estético. De la misma forma, el diseño es uno de los responsables del proceso de domesticación de la tecnología. Tomando el Ipod como ejemplo a lo largo del artículo, se explica como el diseño del objeto es el que permite provocar cierto tipo de relación en tanto que no basamos nuestras relaciones con la tecnología en su ámbito intangible, sino en la materialización de ésta a través de los objetos diseñados. Palabras clave: Tecnología, Cultura material, Diseño, Objeto tecnológico, Interacciones.

ABSTRACT

This article attempts to answer the question on how we interact with new technologies from the perspective of material culture and design studies. By exploring the materiality of technology becomes clear that there is a non-technological component developed by non-scientific methods of thought, which is ultimately what allows us to establish a specific type of relationship with technology. This component is proposed by design disciplines, and therefore it is the result of a creative thinking process rather than a scientific one. Thus, it is the design (in other words, the shape of the things) of the technological objects what allows to engage with technology on three levels: symbolic, functional and aesthetic. In the same sense, design is also one of the leaders of the domestication of technology. By taking the iPod as an example throughout the article is explained how the design of the object is what allows to provoke some sort of relationship as we do not base our relations with the intangible side of technology, but with the materialization of this through designed objects.

Keywords: Technology, Material Culture, Design, Technological Object, Interactions.

INTRODUCCIÓN

Al dar una mirada al sinnúmero de objetos que rodean la vida del hombre común en nuestros días, se puede discriminar entre diferentes tipos de objetos según sus funciones y sus formas. Algunos aparecen más elaborados que otros en términos de formas y funciones y otros, más simples pero igualmente útiles. Algunos de estos objetos de nuestra cotidianidad han sabido conservar sus formas a través del tiempo, algunos, sus materiales y muchos, sus funciones. Si pensamos en objetos como una cuchara o algo más antiguo, como un cuchillo, podemos notar que hay objetos que pueden y han debido permanecer en su forma y por ende en la necesidad que suplen. Por otro lado, existen otros objetos que cambian y se transforman más rápidamente tanto en su función como en su forma. Éstos aparecen más efímeros en tanto que están condenados a desaparecer dentro de un ciclo normal de innovación. Estas características corresponden al objeto tecnológico.

Antes que definido funcional o estéticamente, el objeto tecnológico encuentra su mejor caracterización en la dimensión temporal que encierra. Como resultado del pensamiento y la sociedad modernos, el objeto tecnológico cambia constantemente bajo la ilusión de progreso, y es fácilmente desplazado por cualquier otro objeto tecnológico bajo el argumento de innovación y mejoramiento. En este sentido, este tipo de objetos pueden cambiar de forma y adquirir nuevas funciones, gracias, obviamente, a los avances científicos.

Una manera interesante de ilustrar estos argumentos es pensar en un objeto tecnológico tan reconocido como el Ipod, desarrollado por la firma estadounidense Apple. Ha desplazado contundentemente a varios de sus antecesores, como los reproductores de MP3 y el reproductor de cintas ícono de la década de los ochenta, el Walkman, de Sony. Tanto este último como el Ipod, han sabido calificarse dentro de la contemporaneidad como símbolos culturales y claros ejemplos de innovación tecnológica. Lo anterior ha permitido, sin embargo, que estos objetos altamente tecnológicos se relacionen con cualquier persona en prácticamente cualquier sociedad, es su componente no tecnológico, es decir, la manera como han sido resueltos en términos de diseño.

Al respecto, Ferguson (1977: 827-836) propone que “toda nuestra tecnología tiene un componente intelectual que no es científico ni literario [...] muchos objetos de uso diario han sido claramente influenciados por la ciencia, pero su forma y su función, sus dimensiones y apariencia fueron determinados por técnicos –artesanos, diseñadores, inventores e ingenieros– usando modos de pensamiento no científicos”. En este sentido, este trabajo propone explicar como el diseño de los objetos tecnológicos es el componente no científico, que finalmente se convierte en uno de los responsables de la integración de los objetos a la vida cotidiana, al plantearnos una manera particular de relacionarnos con la tecnología.

Para aclarar conceptos se propone que el diseño es, en términos generales, una actividad

creativa que define la forma de las cosas. El resultado puede diferir dependiendo del propósito del proyecto; así, entonces, el diseño industrial define la forma tridimensional de los objetos que son producidos industrialmente, mientras que el diseño gráfico define la forma bidimensional de las imágenes. Esta actividad, simple en apariencia, crece en complejidad en tanto que cada una de las formas propuestas por el diseñador se convierten en un lenguaje, obviamente con significados, que tiene como objetivo conectar a las personas con los objetos y las imágenes.

Esta función del diseño de aproximar a los objetos y las imágenes con las personas, la cual se desarrolla mediante procesos de pensamiento no científicos y altamente centrados en el usuario, es lo que en últimas puede permitir que los objetos tecnológicos se humanicen, no solo en su capacidad de ser usados por las personas, sino en su capacidad de convertirse en potentes símbolos sociales y culturales, provocando como consecuencia nuevas y complejas prácticas sociales.

El Ipod se ha convertido en una ventana que le permite a la gente refundirse dentro de las multitudes declarando un mundo propio a través de los sonidos y las imágenes que puede ordenar y reproducir de manera personalizada

Volviendo al ejemplo del Walkman de Sony, Paul Du Gay (1997: 18) plantea que este objeto tecnológico se ha convertido (o se convirtió) en parte de nuestra cultura, porque:

hemos construido un pequeño mundo de significado alrededor y esta interposición del objeto en el significado es lo que lo convierte en un artefacto cultural... el Walkman es un objeto cultural porque lo hemos hecho un objeto significativo. Podemos hablar, pensar en él e imaginarlo. También es “cultural”, ya que se conecta con un conjunto distinto de prácticas sociales (como escuchar música mientras se viaja en el tren o el metro, por ejemplo) que son específicas de nuestra cultura o forma de vida.

Este proceso, en el que el objeto tecnológico logra insertarse en un grupo social e imponer ciertas prácticas sociales que giran en torno al objeto, es una consecuencia más cercana a los procesos de diseño que a los métodos científicos. Es entonces gracias a la manera como nos relacionamos

con las cosas, tanto en el uso, como en lo estético y lo simbólico, que un objeto tecnológico como el Ipod puede convertirse en un miembro activo de un grupo social.

Así, la definición de innovación que encaja en la propuesta del objeto tecnológico va mucho más allá del avance en términos científicos, extendiéndose hasta abarcar cambios sociales de comportamiento y relaciones. Es decir, un tipo de innovación que no depende exclusivamente del descubrimiento científico o técnico, sino que se posa sobre la forma, la función y la estética, es decir una innovación creativa de diseño.

Para ilustrar esta idea, vale la pena detenerse a analizar el Ipod y ver los cambios que ha generado tanto en el comportamiento del individuo como en las relaciones interpersonales. Aunque obviamente la idea central del Ipod como innovación está centrada en integrar el almacenamiento de datos con la reproducción personalizada de archivos de sonido y video, en el menor espacio posible, el mismo objeto como un hecho social ha terminado por afectar nuestros hábitos más cotidianos.

El Ipod se ha convertido en una ventana que le permite a la gente refundirse dentro de las multitudes declarando un mundo propio a través de los sonidos y las imágenes que puede ordenar y reproducir de manera personalizada. La función del Ipod trasciende en la medida que las acciones sociales que éste permite aumentan, del escuchar música al aprender por medio de *podcasts*, reproducir conferencias, ver películas, hacer videos, conectarse a internet (en algunos modelos), usar juegos de pantalla, crear listas de música (en una clase de DJ) y en general, construir un mundo personal que le permite al individuo respirar en medio de un escenario compartido.

Una de las cualidades del objeto tecnológico es que como cualquier otro tipo de objeto (objeto herramienta, objeto moda, etc.) necesita de una forma coherente a un uso y a un contexto socio-cultural que le permita integrarse dentro de un paisaje material particular. Esta idea de paisaje nos permite comprender, en analogía con el paisaje natural, que los diferentes elementos creados por el ser humano a través del tiempo (es decir, las obras de arte, los objetos, las artesanías) deben tener la capacidad de integrarse dentro de un contenedor, y de establecer diferentes tipos de relaciones tanto con los seres humanos como con otros objetos.

Es entonces dentro del paisaje material contemporáneo que cualquier objeto tecnológico debe desempeñar un papel específico. Brian Schiffer (1999: 12) identifica tres “interactores” que se integran dentro de este paisaje: la gente, los artefactos y los contextos. Estos componentes básicos

del paisaje material interactúan, se modifican mutuamente y evolucionan, generando una relación dinámica y compleja. Estas relaciones están en su mayoría mediadas o afectadas por los objetos que recrean el entorno. Como propone Schiffer (Idem), "...la gente gasta su vida inmersa en un medio material [paisaje material] en su mayoría comprometidos con un innumerable clase de artefactos o con otra gente que se ha mezclado con o ha sido modificada por artefactos".

Estas relaciones que se generan entre la gente y los objetos son, en sentido amplio, el objeto de estudio de la cultura material. Es este campo del conocimiento el que permite llevar una discusión sobre la materialidad de los objetos y la manera como nos relacionamos con la tecnología. Así, lo que se argumenta en este escrito es que la materialidad de la tecnología (objetos tecnológicos) es el medio que permite acercar un avance tecnológico a la vida cotidiana.

Los estudios en cultura material contribuyen a analizar las relaciones entre la gente y la tecnología desde el punto de vista de lo material y lo tangible. Desde la perspectiva de Prown (1982), quien viendo al objeto como un hecho y una evidencia de actividad humana entiende la cultura material como "un estudio basado en el hecho obvio de que la existencia de un objeto hecho por el hombre es una evidencia concreta de la presencia de inteligencia humana actuando al momento de su fabricación". Esta definición amplía la perspectiva de la cultura material en tanto que no solo en lo relacional que ésta aporta, sino en definir momentos particulares del objeto mismo.

La cultura material como interdisciplina nos permite aproximarnos a la relación entre el ser humano y el objeto tecnológico desde lo antropológico, lo sociológico, lo estético, lo histórico y los estudios de diseño (historia y teoría de diseño), y por ende obtener información en tres puntos básicos de la relación entre el objeto tecnológico y el individuo:

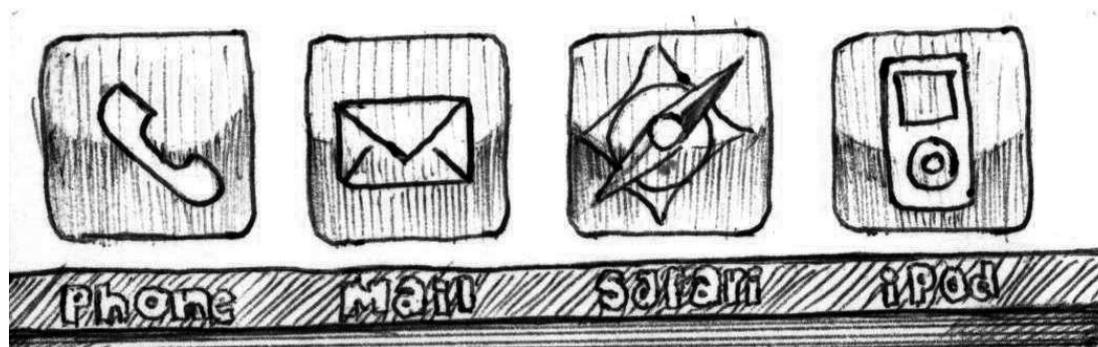
1. La relación simbólica (temas de representación, construcción de realidad, hiperrealidad, género, clase, estatus, identidad).
2. La relación funcional (producción, distribución, uso, consumo lineal y transversal).
3. La relación estética (gusto, estatus, placer, percepción, consumo estético, cultura estética).

La relación simbólica se centra en entender lo que el objeto tecnológico puede llegar a representar para el individuo que lo usa y lo porta en distintos planos, tales como las distinciones de género y clase, construcción de identidades e

ideas de estatus. El estudio de este tipo de relaciones debe tener en cuenta todos los lenguajes expresados tanto implícita como explícitamente por los objetos tecnológicos. Para la mayoría, y en el caso concreto de los objetos de consumo, estos juegos simbólicos pueden estar contenidos en los principios o asociaciones de la marca. Los objetos tecnológicos son por esencia potentes símbolos de novedad, actualidad y superioridad en relación a algo pasado. Los objetos tecnológicos pertenecen al futuro, poseerlos habilita al individuo a recoger los beneficios de un tiempo venidero.

La relación funcional está concentrada en todo lo que hace el objeto tecnológico para estar al alcance del disfrute por parte de la gente. Para estudiar esta relación vale la pena detenerse en las dinámicas de la producción, la distribución, el uso y el consumo, las cuales determinan una gran parte de la forma como nos relacionamos con los objetos tecnológicos. La relación funcional entendida de esta forma permite comprender el producto como mercancía y objeto de uso.





La relación estética se centra tanto en la percepción sensorial como en la experiencia estética, y básicamente permite aproximarse a la manera como nos relacionamos sensiblemente con los objetos. Esta relación está siempre mediada por los contextos culturales y es la primera experiencia provocada desde el objeto hacia la gente. Estudiar esta relación estética es intentar descifrar la manera como percibimos y experimentamos –sensiblemente– los objetos tecnológicos que nos rodean.

Estos tres niveles de relaciones son los que permiten comprender cómo un objeto tecnológico se inserta en un proceso de adaptación, que lo llevan de algo indescifrable, científico e insignificante a algo cotidiano, usable, legible y significativa. Estas relaciones se hacen visibles a través del diseño de los objetos y concretamente a través de la forma que estos adquieren. Es el diseño de los objetos lo que nos permite vincularnos simbólicamente, estética y funcionalmente en un proceso de apropiación, adaptación y mutualismo.

EL IPOD: DEL OBJETO TECNOLÓGICO AL OBJETO CULTURAL

Si se intentara repensar la forma de un objeto como el Ipod desde las funciones que presta, haciendo el ejercicio hipotético de eliminar las referencias visuales del Ipod, y volviendo a pensar en un objeto que permite almacenar datos y a su vez ordenar y reproducir archivos de sonido y video, quizás el resultado formal sería diferente. Si se repensara la forma del mismo objeto desde los valores simbólicos que representa, tales como exclusividad, innovación y desempeño, probablemente la configuración del objeto sería diferente también. Si se repensara desde la relación perceptiva (con los sentidos) que este objeto tecnológico provoca, la forma podría corresponder a otras coordenadas. Sin embargo, la forma del Ipod recoge de manera intencional todos los valores simbólicos, las funciones prácticas y las provocaciones perceptivas en una configuración que ha sido el resultado de un particular proceso de diseño. Esta forma provoca y sostiene los tres niveles en los que se relaciona la gente con un objeto tecnológico como el Ipod.

LA RELACIÓN SIMBÓLICA

En muchos casos, la relación simbólica pierde sus límites con la relación estética. Es a través del círculo de significados que giran alrededor de un objeto que éste se inserta en una cultura estética. Es decir, que se convierte en una representación de los valores simbólicos y estéticos de un grupo social particular. Todas las asociaciones positivas o negativas que se establecen con un objeto tecnológico son en últimas las que lo convierten en un miembro activo de una cultura. Al respecto propone Du Gay (Ob. cit.: 10-11), que el Walkman es un objeto cultural porque:

“...se asocia con cierto tipo de personas (jóvenes, por ejemplo, o amantes de la música), con ciertos lugares (la ciudad, el aire libre, caminar alrededor de un museo) - y porque ha adquirido un perfil social o una identidad. También es cultural, ya que aparece con frecuencia y está representado en nuestro lenguaje visual y en los medios de comunicación. En efecto, la imagen del Walkman de Sony-elegante, de alta tecnología, de diseño funcional y miniaturizado se ha convertido en una especie de metáfora que significa o representa un distintivo moderno tardío, cultura tecnológica e incluso una forma de vida”.

En efecto, el anterior análisis es totalmente transferible a un objeto tecnológico similar como el Ipod. Incluso pareciese que el Ipod ha heredado algunas funciones simbólicas y que en cierta forma ha reemplazado el rol del Walkman en los ámbitos social y cultural. Las mismas actividades sociales provocadas por el Walkman continúan siendo re-creadas por un objeto tecnológico que adquiere también un valor simbólico al representar una forma de vida.

El Ipod recoge además, por extensión, las asociaciones simbólicas alrededor de la marca Apple. Lanzado el 23 de octubre de 2001, el Ipod recoge la postura que había declarado Apple décadas atrás resumida en la innovación, la creatividad, la imaginación y el “think different” que lo acompañó durante la década de los noventa. Podría afirmarse que casi desde el primer momento que la marca Apple hizo

su aparición a mediados de la década del ochenta, se establecieron criterios que la marca representaría en su trayectoria de productos.

De alguna forma, estos valores fueron asimilados por un público innovador, creativo y abierto a nuevas propuestas, “consumidores arriesgados” que normalmente están curiosos por los nuevos productos tecnológicos y que en un principio provenían de profesiones relacionadas con la producción creativa. Este fue el perfil de consumidores de Apple en sus primeros años. Sin embargo, con el lanzamiento del Ipod, el público objetivo presentó un ligero cambio. Centrados en los mismos valores de innovación, creatividad y rebeldía (think different), el Ipod quiso posicionarse como un icono de la cultura joven, urbana y contemporánea, y obviamente de los fanáticos de la música.

Parafraseando a Du Gay, lo importante no es que el Ipod haga parte de una cultura, sino que el solo objeto haya sido capaz de construir una cultura propia. Este juego simbólico del objeto lo asocia estrechamente con la cultura joven, la música, la personalización (comprado en línea el Ipod puede tener un grabado en la parte posterior con cualquier tipo de mensaje, ver imagen 1), la simplicidad, el buen diseño y la sofisticación.

Algo que vale la pena resaltar es que, a diferencia de otros productos Apple, el Ipod trató de cautivar no solo a los actuales consumidores de Apple, sino que intencionalmente quiso seducir a quienes consumían PC. Esta polarización entre usuarios de Mac y usuarios de PC es desvanecida por el IPod, en tanto que el software requerido para usarlo estaba disponible para ambas plataformas. Esta estrategia fue obviamente una manera clara de captar una audiencia, que a diferencia de los consumidores arriesgados, preferían los equipos tradicionales de IBM, Dell o HP. El IPod encarna muchos de los valores asociados con Apple, es decir que se convertía en una carta de invitación y un abrebocas para que la gente usara otros productos diseñados por Apple.

LA RELACIÓN FUNCIONAL

Entendiendo esta relación funcional desde la dinámica de producción, distribución y consumo, el IPod, como objeto tecnológico, plantea una impresionante alineación de estos tres planos. En el mismo nivel funcional, el Ipod propone una experiencia de uso acorde con las necesidades del usuario, la cual se ve reflejada en el diseño de su interfaz, la importancia de la cual se ve reflejada en la creación de una nueva categoría de subproductos en el segmento de los reproductores de MP3.

Desde la producción, el IPod logra innovar en una perfecta alineación de componentes que ninguno de sus competidores había logrado. Es

decir, lograr una gran capacidad de almacenamiento, en el menor espacio posible y con una batería de alto desempeño. La integración de estos componentes en un producto atractivo y simple fue lo que le permitió al IPod su rápido ascenso en el mercado de los reproductores de MP3.

Sin embargo, lo más interesante fue que el IPod, como producto, fue desarrollado con un software (iTunes) que permitía descargar, ordenar y reproducir música, y el iTunes a su vez, fue creado con una nueva idea sobre el consumo de música, en donde ahora el mismo software se convertía en una tienda virtual que permitía comprar y compartir piezas de música o videos legalmente.

Esta interesante conjugación de producto y servicio logran, sin duda, acelerar y mejorar el proceso de inserción de un objeto tecnológico como el IPod dentro de las dinámicas sociales y culturales. De esta forma, el IPod se convierte en un símbolo de nuevos patrones de consumo de música y entretenimiento en la sociedad contemporánea.

El Ipod recoge además, por extensión, las asociaciones simbólicas alrededor de la marca Apple

Como se ve claramente, este objeto tecnológico no es solo el resultado de una innovación científica, sino también el de una propuesta nueva en términos de consumo. Steve Jobs, ceo de Apple, comenta en una entrevista para el New York Times que: “Apple, en cierto sentido, estaba dispuesto a intentar de reinventar todo el negocio de la música con el fin de mover el IPod” (Walker, 2003).

El IPod propone un rito de consumo particular que se asocia con los valores mencionados antes. También responde, obviamente, a una lectura bien lograda de las oportunidades de mercado y a una necesidad bien satisfecha en términos de diseño. La propuesta de uso, relación o interfaz que plantea el Ipod a través de todo su diseño responde con innovación, pero sobre todo con un alto grado de sinceridad y respeto hacia el usuario.

Otro de los logros importantes en este sentido es la construcción de comunidad de marca (brand community) alrededor de Apple y en particular del IPod. El solo hecho de poseer un producto Apple carga con unas representaciones sociales de exclusividad y estilo de vida que hace que las personas que poseen estos productos estrechen lazos de comunidad y pertenencia, en una dinámica de construcción de identidad colectiva que en parte ha sido provocada por la marca y en parte por la forma como los consumidores per-

ciben la misma. Ejemplo de ello son las Iparties, eventos que están teniendo lugar en las principales ciudades del mundo como Nueva York, Londres o París, y que consisten en populares fiestas en donde los usuarios del iPod participan tocando sus listas de música en sesiones de 10 minutos¹.

Esta posibilidad de ser un dj y mostrarse ante una comunidad, construida esencialmente a través del iPod, no fue una propuesta de Apple, sino el resultado de una dinámica de consumo en la que ciertos valores de pertenencia, exclusividad e identidad se hacen explícitos. Esto encaja perfectamente en la definición propuesta por Muniz y O'Guinn (2001) cuando proponen que “una comunidad de marca es una comunidad especializada, no limitada geográficamente, basada en un conjunto estructurado de relaciones sociales entre los admiradores de una marca”.

La relación con el iPod es placentera a los sentidos no por un simple acto de atracción estética, sino por un proceso de diseño centrado en proponer una experiencia de uso altamente estética

Otro ejemplo de estas comunidades de marca tejidas alrededor del iPod por sus seguidores, fanáticos o admiradores es la creación de sitios en internet dedicados a exponer fotografías de eventos alrededor de este producto e imágenes de los usuarios del iPod en diferentes situaciones y escenarios. Este tipo de sitios se vuelven un ejemplo claro de las dinámicas de consumo transversal que giran alrededor del iPod. Personas de todo el mundo (sin distinción de género, edad o clase social) publican fotografías de su iPod, con una idea de construcción de comunidades, lejos de los límites geográficos, como proponen Muniz y O'Guinn, sino soportada por el hecho de poseer un producto de una marca particular.

Otra de las iniciativas de Apple que tienen como propósito la construcción de comunidad a través de las asociaciones basadas en la marca y los productos, es su participación en (product) Red². Establecida en 2002 por iniciativa del secretario de la onu, Kofi Annan, y algunos otros líderes mundiales, esta organización no gubernamental, llamada The Global Fund, tiene como objetivo recoger fondos para luchar contra el VIH, la malaria y la tuberculosis en los países africanos más pobres. Comprando el iPod (product) Red, los consumidores de Apple terminan haciendo una contribución a esta causa (ver imagen 2). De

1. Ver: <http://www.ipod-dj.com>

esta forma, y a través del proceso de consumo, se crea una comunidad que se asocia a un valor intangible, altruista y filantrópico de la marca.

LA RELACIÓN ESTÉTICA

El avance en términos técnicos logrado por el iPod tiene su contraparte en la respuesta en términos de diseño lograda por el equipo de diseño de Apple en cabeza del diseñador inglés Jonathan Ive. Las asociaciones de la marca con ideas de innovación, creatividad, pensamiento lateral y exclusividad se traducen en términos formales en líneas simples y una interfaz minimalista, en donde se aplica el principio de diseño resumido en el “menos es más”².

Las líneas simples, el control de mandos resumido en un círculo que acoge todas las funciones, los 36,4 gramos que suman el peso, las dimensiones que no superan los 90,7 mm de largo por 38,7 mm de ancho³, los colores aluminizados y una interfaz (para los modelos de pantalla) basada en un juego simple de diapositivas que van hacia atrás y adelante, hacen del iPod un verdadero ejemplo de un proceso de diseño que tiene como propósito reducir todas las funciones al menor número de componentes, para con esto obtener un producto más amable con el usuario. Otros modelos del iPod se hacen más elaborados en tanto que cubren muchas otras funciones, como es el caso del iPod Touch; a su vez que otros modelos se hacen más sencillos en tanto que se concentran en una sola función y en una interfaz básica, como es el caso del iPod Shuffle.

En este sentido, vale la pena subrayar que el diseño de interfaces propuesto por Apple no corresponde a un esquema fijo o repetitivo, sino a un proceso de diseño centrado en el usuario y acorde con principios de la marca. Mirando los modelos del iPod tanto evolutiva como transversalmente (entre las diferentes tipologías derivadas del mismo concepto) se puede ver una postura consistente de la marca en la manera como ha enfrentado el reto de “humanizar” todas las funciones tecnológicas.

El mismo Steve Jobs explica que “como la tecnología se vuelve más compleja, la fuerza central de Apple de saber como volver una tecnología muy sofisticada comprensible para los simples mortales, se vuelve primordial (Walker, Op. cit.)”. Lo que logra el iPod en este sentido, es declarar explícitamente que la alta tecnología y la simplicidad en las

2. Principio expuesto por Dieter Rams, diseñador industrial alemán, quien dirigió el departamento de diseño de Braun, entre 1961 y 1995.

3. Estas dimensiones corresponden a la última versión del iPod nano.

formas –siguiendo principios de diseño básicos- son un hecho posible en un producto cotidiano.

Dentro del paisaje material cotidiano y la cultura estética contemporánea, Apple tiene la capacidad de imponer un lenguaje propio y contundente que interactúa de manera particular con otros elementos del paisaje material cotidiano. El diseño del iPod cumple requerimientos de usabilidad y ergonomía sin dejar de ser un elemento atractivo y placentero a los sentidos.

La experiencia estética del iPod, aunque mediada por los contextos sociales y culturales, está claramente definida por el fabricante gracias a la experiencia de uso. Esta definición se hace evidente no solo en el producto, sino también en el empaque, la interfaz e incluso los puntos de venta. Dentro de los principios que pueden ser leídos en el iPod, como un ejemplo de buen diseño industrial están:

- El buen uso de los materiales y los procesos (Ej. en un producto altamente reciclable, libre de arsénico, mercurio y pvc).
- La respuesta formal y consciente a todos los detalles de usabilidad y accesibilidad (Ej. posee opciones de audio que permiten explorar y conocer el contenido del iPod sin ver la pantalla).
- También cumple algunos de los buenos principios de diseño propuestos por Dieter Rams cuando dice que el buen diseño “innova, hace un producto útil, es estético, ayuda a entender un producto, no obstruye, es honesto, es durable, consecuente hasta el último detalle, se preocupa con el ambiente [y sobretodo] el buen diseño es el menor diseño posible”⁴.

La relación con el iPod es placentera a los sentidos no por un simple acto de atracción estética, sino por un proceso de diseño centrado en proponer una experiencia de uso altamente estética. Esto quiere decir que la experiencia de uso y la experiencia estética se confunden en una sola acción manifestada a través del producto, que se puede llamar experiencia de diseño.

Estos tres niveles en los que, en términos generales, puede entenderse la relación de las personas con los objetos, permiten entender como las relaciones que establecen los seres humanos con la tecnología están mediadas no solo por la innovación científica sino por todo lo que envuelve una nueva propuesta de producto. No basamos nuestras relaciones con la tecnología en su ámbito intangible, sino en la materialización de ésta a través de los objetos diseñados.

EL PROCESO DE DOMESTICACIÓN DE LA TECNOLOGÍA

Después de haber revisado las relaciones que se establecen entre los objetos tecnológicos y las personas, vale la pena entender que estas relaciones se establecen en un proceso aparentemente lógico, que autores como Vannini han llamado el “proceso de domesticación” o lo que Du Gay llama el “circuitos cultural”. Esta es, básicamente, la dinámica a través de la cual un objeto tecnológico termina convirtiéndose en parte del paisaje material cotidiano de un grupo social.

Vannini (2009: 17) propone que “un concepto común en los estudios de tecnología que pone de manifiesto la creciente adaptación mutua entre las personas y el diseño, la función y el significado del objeto, así como la conformación de estos últimos de acuerdo a las necesidades y valores de las personas, es la domesticación. [La cual] se refiere a la incorporación de los objetos en el reino de lo mundano...”.

Este proceso de domesticación se hace visible en un producto como el iPod una vez que ha creado su propia cultura y es entendido, usado y consumido por el conjunto de valores, ideas y prácticas que representa. Estos procesos de domesticación se manifiestan en casi todo tipo de productos, pero especialmente en aquellos que tienen un alto grado de innovación, lo cual requiere de un proceso de asimilación y apropiación.

Este proceso de adaptación mutua entre el objeto y el individuo se puede dar básicamente en los tres planos explicados antes: lo simbólico, lo funcional y lo estético. Es a través de estas tres conexiones que el individuo y a su vez el objeto logran asimilarse uno al otro. Es por medio de estas relaciones que los objetos tecnológicos pasan a ser objetos cotidianos (u objetos culturales) y a conformar el paisaje material. Este proceso es de vital importancia para el ámbito tecnológico, ya que se depende de esto para que una innovación tecnológica sea entendida por los públicos no especializados.

Vannini propone cuatro fases en el proceso de domesticación sobre las cuales podemos revisar un producto como el iPod. Estas etapas son: apropiación, objetificación, incorporación y conversión. Cada una de estas etapas se puede establecer sobre una o más de las relaciones simbólicas, funcionales o estéticas, pero por lo general están lideradas por una.

En la apropiación, “...un objeto técnico o de servicio se vende de productores y distribuidores a los individuos” (Ídem: 18); esta fase se centra en una relación funcional. En la objetificación, el objeto tecnológico “logra establecer un sentido de

4. Ver: <http://designmuseum.org/design/dieter-rams>

lugar propio” (Ídem); esta fase se basa en la relación estética, en la cual la relación sensible con el objeto ubica al objeto mismo. En la incorporación “los objetos se integran a las rutinas cotidianas” (Ídem), basado principalmente en una relación funcional y secundariamente en una relación simbólica. Y, por último, en lo que Vannini llama la fase de conversión, los objetos “se integran a una práctica y de esta forma comienzan a formar las relaciones entre el usuario y los otros” (Ídem); esta etapa se sostiene sobre la relación simbólica, ya que en este momento los objetos son utilizados para hacer declaraciones de estatus, reflejar identidades y hacer asociaciones de pertenencia.

FASE DE APROPIACIÓN

Este momento puede resumirse en la relación de posesión que se establece sobre el objeto tecnológico, cuando al tomarlo como una mercancía, lo hago mío a través de un proceso de intercambio. Cuando después de una revisión en internet, en las tiendas especializadas o en la misma tienda Apple, se decide comprar un iPod para desde este momento intentar convivir con éste.

Esta fase de apropiación, en el caso del iPod, está completamente planeada por el fabricante de manera tal que el producto es vendido a través de una experiencia de compra memorable, que integra muchos de los valores de la marca en el contexto propio del iPod, bien se trate de una compra en un tienda virtual o en una tienda real.

La relación de apropiación con el iPod ofrece opciones de personalización y en definitiva está pensada para asegurar el confort del individuo y en suplir ciertas expectativas puntuales relacionadas con temas de género, edad, clase social y tipo de usuario (trátese de un público especializado, fanáticos de la música o personas con menos especialización en los temas).

FASE DE OBJETIFICACIÓN

Una vez se compra y por tanto se establece una relación de propiedad con el iPod, los vínculos de cercanía con el objeto tecnológico se estrechan inmediatamente. En tanto que el objeto empieza a hacer parte de las posesiones de alguien, debe encontrar un espacio dentro del paisaje íntimo y público de la persona que lo posee.

La objetificación es vista de diferentes formas desde el psicoanálisis o la antropología cultural. En el caso particular del objeto tecnológico y del iPod, se entenderá como el proceso a través del cual necesidades y expectativas se ven satisfechas con el uso del producto, es decir, en el objeto tecnológico.

Cuando alguien compra un iPod y empieza a convivir con él, las relaciones se establecen

primero en el plano perceptivo, lo cual permite consecuentemente establecer una experiencia de uso y estética. Es entonces cuando se empieza a usar este objeto tecnológico que debe abrir un lugar nuevo en el paisaje cotidiano de objetos y cosas, para que el iPod se vuelva parte de éste y establezca relaciones de jerarquía o dependencia con los otros objetos y con el individuo mismo.

FASE DE INCORPORACIÓN

A través de las actividades que propone el objeto tecnológico, se empieza a dejar que éste haga parte de las rutinas diarias de la persona. Cuando las personas se conectan al iPod en actividades diarias particulares y socialmente establecidas, como ir a correr por el parque en las mañanas, tomar el transporte público, esperar a alguien o aprender un idioma mientras se camina de la estación del bus o del metro al lugar de trabajo o estudio, se logra vincular el iPod con las rutinas más simples y cotidianas.

Este proceso de incorporación tiene ciertas particularidades en el iPod, en tanto que este objeto tecnológico tiene una serie de actividades definidas por la relación entre lo público y lo privado. En algunas ocasiones el iPod puede ser leído como un escudo protector que permite poner límites entre la multitud ajena y la individualidad de gustos y preferencias. Es además un objeto que propone actividades con un buen grado de intimidad “pública”, ya que lo que se escucha o en ocasiones se ve, no puede ser percibido por los demás.

Algunos museos incluso tienen recorridos que se pueden descargar al iPod, para ser usados, individualmente, cuando una persona visita una galería o una exposición⁵. Estos actos de apropiación están frecuentemente propuestos por el fabricante, pero también hay otros generados por las comunidades de marca, como los toques de listas de música en clubes nocturnos, ya mencionados.

FASE DE CONVERSIÓN

Este es probablemente el momento en el cual el objeto comienza a adquirir su carga simbólica en todo sentido. Es el momento en el que el objeto se vuelve una metáfora de un conjunto de ideas, en tanto que representa claramente una serie de valores y prácticas asociadas con la marca, a través de las cuales el individuo construye su identidad y se referencia y refleja ante el otro.

Es entonces cuando el iPod aporta en esa construcción de relaciones sociales que le permiten al individuo aproximarse al otro, y ser identificado de una manera particular.

5. Ver: <http://nationalgallery.org.uk/download-this-months-podcast/audio-tours/>

El iPod asocia la identidad de las personas con otras personas, armando colectividades, que a su vez están relacionadas con los valores de una marca como Apple, es decir, con la innovación, el “think different”, la simplicidad, la sofisticación y la admiración por la tecnología.

Este momento, cuando el objeto tecnológico a través de su diseño logra jugar un papel importante en la construcción de identidades y prácticas sociales representa la culminación del proceso de domesticación del objeto tecnológico. Es en esta fase cuando el objeto se humaniza y pierde su estigma tecnológico para volverse parte de un paisaje material cotidiano sobre el cual los individuos establecen asociaciones fáciles y placenteramente.

CONCLUSIÓN

Desde los tiempos modernos, la tecnología ha aportado enormemente a la construcción de la cultura material y a la refinación de un paisaje cotidiano más detallado y preciso. Sin embargo, no es la tecnología per se la que se posa sobre las dinámicas de la cultura material: son los objetos, productos e imágenes, los que sirven como vehículo activo para insertar los avances tecnológicos en la vida cotidiana. Este proceso es llamado por algunos domesticación, lo que también podría corresponder a un proceso de humanización de la tecnología.

Apuntar la mirada desde el discurso de la materialidad conlleva entender lo tecnológico desde el objeto y su parte tangible, pero no es solo el objeto el que encierra una explicación, sino el tejido de relaciones simbólicas y estéticas que permiten la integración de éste en las dinámicas sociales y culturales.

Los anteriores puntos dejan ver una amplia serie de posibilidades que abren los estudios de cultura material no solo sobre lo tecnológico, sino en general sobre el paisaje material contemporáneo.

El diseño de los objetos tecnológicos, entendido más que como un medio para embellecer (estilizar o decorar) las cosas, como una manera de darle un sentido simbólico, estético y funcional a los objetos, es definitivamente, una parte de la tecnología que nos propone una relación con los objetos tecnológicos centrada en el plano del uso y la cotidianidad.

Vale la pena, resaltar como lo hace Ferguson (Ob. cit.: 835), que “mucho del pensamiento creativo de los diseñadores de nuestro mundo tecnológico no es verbal y no es fácilmente reducible a palabras; su lenguaje es un objeto, un dibujo o una imagen visual [recreada] la mente”. Esto lleva a pensar que los objetos tecnológicos tienen un lenguaje propio, resultado de un proceso creativo

centrado en el usuario; este alfabeto de imágenes y formas es lo que leemos cuando consumimos un objeto tecnológico, bien sea un consumo simbólico, estético o funcional.

Para cerrar, vale la pena pensar que incluso las tecnologías más avanzadas e intangibles requieren de una forma que les permita a los seres humanos interactuar con ellas; estas interfases las propone el diseño, que como en el caso del iPod, logra integrar innovaciones tecnológicas, valores de marca, requerimientos de manufactura y uso a través de su propio lenguaje simbólico y estético traducido en una emocionante experiencia de diseño. ♦

BIBLIOGRAFÍA

ATTFIELD, JUDY (2000). *Wild Things: The Material Culture of Everyday life*. Oxford, UK: Berg Ed.

DU Gay GAY, PAUL y otros (1997). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. London: Sage Ed.

FERGUSON, EUGENE (1977). *The Mind's Eye: Nonverbal Thought in Technology*, en: *Science, New Series*, Vol. 197, n.º 4306. American Association for the Advancement of Science, Agosto 26 de 1977, pp. 827-836.

MILLER, DANIEL (1987). *Material Culture and Mass Consumption*, Oxford: Basil Blackwell.

MUNIZ, ALBERT M. JR. y THOMAS C. O'GUINN (2001). *Brand Community*, en: *Journal of Consumer Research*, Vol 27. Marzo de 2001.

PROWN, J.D. (1982). *Mind in Matter: An Introduction to Material Culture Theory and Method*, en: *Winterthur Portfolio*, Vol, 17 n.º 1.

SCHIFFER, BRIAN MICHAEL Y ANDREA R. MILLER (1999). *The material life of human beings: Artifacts, Behavior, and Communication*. London: Routledge.

VANNINI, PHILLIP (Ed.) (2009). *Material Culture and Technology in Everyday Life: Ethnographic Approaches*. New York: Peter Lang Publishing Inc.

WALKER, ROB (2003). “The Guts of a New Machine”, en *New York Times*. 30 de noviembre de 2003. Disponible en

<http://www.nytimes.com/2003/11/30/magazine/30IPOD.html?pagewanted=1>

Páginas relacionadas con las comunidades de la marca Apple:

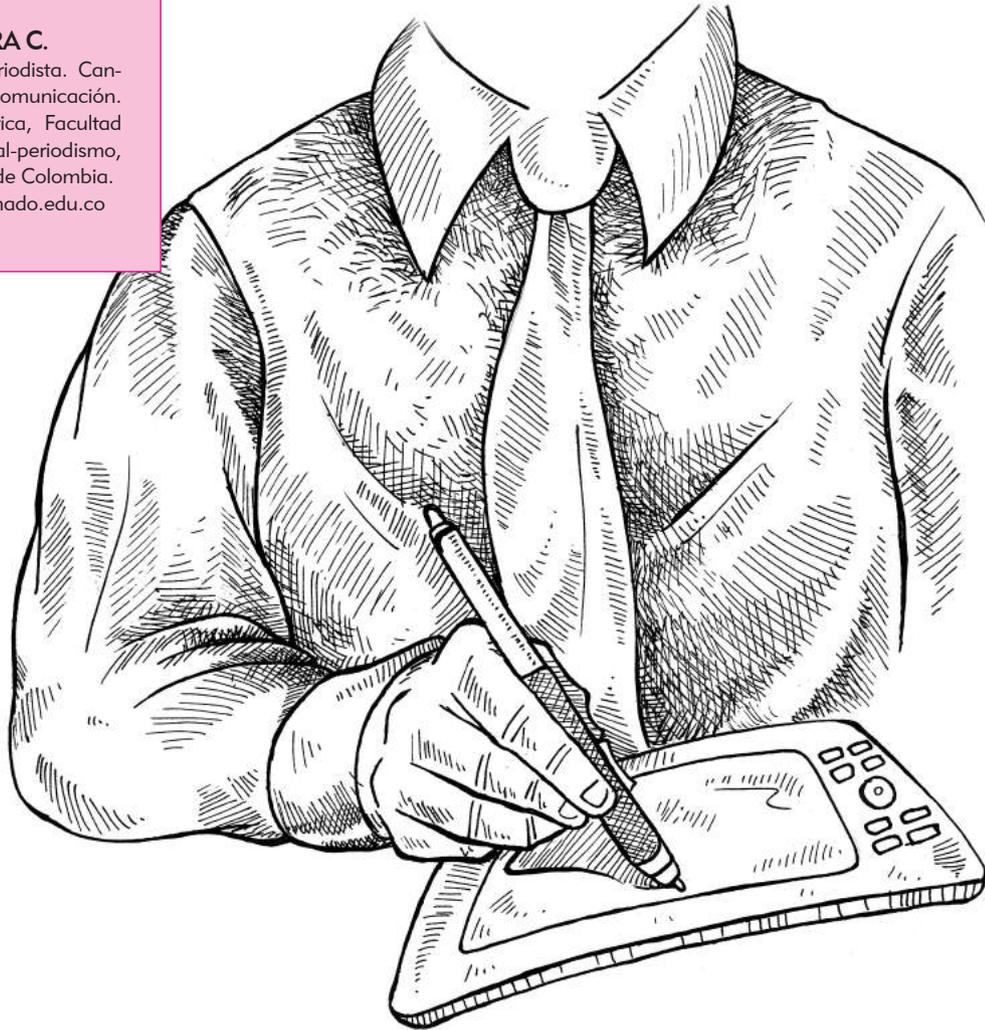
<http://www.iPod-dj.com/> (Fiestas de los fanáticos del iPod)

<http://www.uriah.com/> (Apple publicidad)

Marshall McLuhan en la teoría de las hipermediaciones

DIEGO A. MAZORRA C.

Comunicador social-periodista. Candidato a Magíster en Comunicación. Docente del área teórica, Facultad de Comunicación Social-periodismo, Universidad Externado de Colombia. diego.mazorra@uexternado.edu.co



RESUMEN

Octavio Islas, Doctor en Ciencias Sociales de la Universidad de la Salle y Director del Proyecto Internet-Cátedra de Comunicación Digital Estratégica del Tecnológico de Monterrey, comparte su visión sobre las hipermediaciones como la categoría a explicar la denominada edad postelétrica, que tras el advenimiento de Internet reemplazaría la pretensión de la Edad Eléctrica de McLuhan.

Palabras claves: Internet, Hipermediaciones, Digital

ABSTRACT

Octavio Islas holds a PhD in Social Sciences from Universidad de la Salle and currently is director of the Project on Internet-Digital Strategic Media Lectures of Instituto Tecnológico de Monterrey. In this paper he presents his vision on hypermediations as the category that explains the so-called Postelectric Age, which after the emergence of the Internet would replace the notion of McLuhan's Electric Age.

Keywords: Internet, Hypermedia, Digital

Octavio Islas es un reconocido maestro latinoamericano, miembro del Sistema Nacional de Investigadores de México en temas relacionados con el papel de Internet y de la política, entre otras manifestaciones de la red mundial. En una entrevista concedida a la **Revista Comunicación y Ciudadanía**, en el marco del Primer Foro de estímulos normativos para la industria audiovisual en la era de la convergencia, desarrollado en Bogotá en el mes de noviembre de 2009, Islas debate sobre el aporte de la noción de Hipermediaciones del argentino Carlos Scolari a la Teoría de las Mediaciones para, a través de una comprensión más amplia de los conceptos del pensador canadiense Marshall McLuhan, entrar a discutir los retos de los investigadores sociales frente a Internet.

¿Qué aportes nos presenta la teoría de las hipermediaciones frente a las mediaciones?

Me parece que la teoría de las mediaciones ha dado de sí, ante la complejidad de los fenómenos digitales. El gran mérito de Scolari es que, en primera instancia, su visión de las hipermediaciones parte de la necesidad de rebasar el ámbito explicativo de las mediaciones de Martín-Barbero, es decir, denuncia que hay un agotamiento de la capacidad explicativa de una corriente, de una escuela que realizó una contribución fundamental para explicar determinado nivel de complejidad en los fenómenos comunicativos en América Latina, pero que ha sido desbordada. Necesitamos orientarnos hacia una nueva teoría capaz de dar un paso adelante; ésta puede ser una de las visiones posibles de lo que subyace detrás de la teoría Scolari sobre hipermediaciones.

Por otra parte, en el caso de ecología de medios es congruente, quizá la diferencia radicaría en el énfasis, en las interfaces, porque la columna vertebral inspiradora terminal de la ecología de medios es el pensamiento de McLuhan y evidentemente centra su atención en los medios, “el medio es el mensaje”. Sobre esta base los medios son un punto de partida para poder entender los cambios culturales, los modos de comunicación a través de los cuales, históricamente, ha evolucionado la humanidad. Con este enfoque recuperas una buena parte de la interpretación posible, no sólo del momento actual, que puede resultar atinado al comenzar a trabajar sobre la visión de unas hipermediaciones.

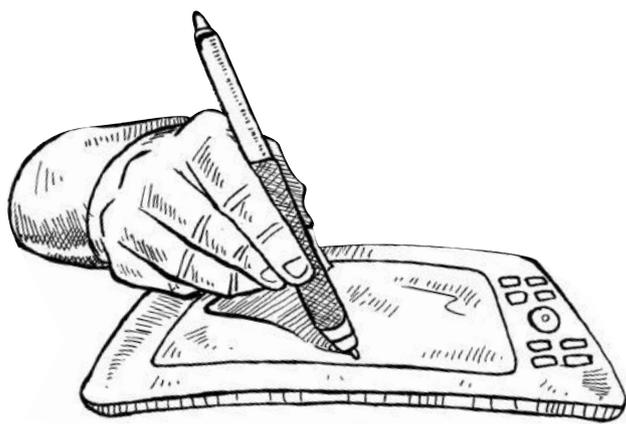
No es la coyuntura actual la que finalmente nos atormenta o atribula, sino todo el proceso histórico que parecería descontextualizado si no lo recuperamos, es decir desde las sociedades orales

¿Puede explicar la teoría de las hipermediaciones los fenómenos de los medios hoy?

No es la coyuntura actual la que finalmente nos atormenta o atribula, sino todo el proceso histórico que parecería descontextualizado si no lo recuperamos, es decir desde las sociedades orales. El tránsito a la Galaxia Gutenberg, el hombre tipográfico, las sociedades eléctricas y evidentemente la edad posteléctrica que, de una manera u otra, nos anticipa McLuhan, pero susceptible al ser analizada toda desde la visión de la ecología de los medios. Es decir, remitirme a una visión histórica cultural que parte de entender los distintos ambientes comunicativos a través de los cuales se ha desenvuelto el hombre a lo largo de la historia. Ese me parece el punto crítico hacia Scolari, en qué medida una visión de las hipermediaciones –que puede ser atinada al día de hoy– nos permitiría regresar a los primeros tiempos para apuntar así a una cierta lógica, a una continuidad en el tiempo histórico, que es lo que no me ofrece; por eso tengo que recuperar el pensamiento McLuhaniano, para pensar en términos de una visión más completa, históricamente más sólida, más contundente, que no parte del aquí y ahora sino que tiene una fundamentación en las primeras formas expresivas de la evolución del ser humano, que le permiten afirmarse como el ser de la razón y la palabra.

¿Cómo entender la noción de convergencia mediática hoy? ¿Convergencia de tecnología o convergencia también de forma de expresión de distintas culturas?

Autores como Henry Jenkins, que tratan la noción de convergencia, han sido personas que de una manera u otra han observado el sendero cruzado por McLuhan. Pero, en lo que ocurrió en América Latina hubo una especie de censura dirigida, que la conduce gente como Miguel de Moragas, atinadamente hacia la obra de McLuhan, fue una visión despectiva, no era gringo sino canadiense, no era funcionalista y se le dice funcionalista, entonces se satanizó a McLuhan sin leerlo y pensamos algunos que con su muerte, una muerte dolorosa en diciembre hace 30 años, porque se va paralizando y va perdiendo todas sus facultades expresivas y de manera muy ingrata por cierto, la Universidad de



Toronto cierra el Centro de Investigación formado por McLuhan.

Piscitelli afirma de forma atinada que, finalmente, la era digital le dio la oportunidad a muchos lectores de McLuhan de poner a prueba buena parte de lo que no leímos a tiempo, con el propósito de ver cuánta razón o cuánto error tenía McLuhan al analizar los medios de comunicación. Con la ebullición y el formidable desarrollo de Internet, confesiones impresionantes de distintos gurús o padres de internet, hablan de las curiosidades o la lectura de McLuhan, que les permitió comprender de manera más inteligente lo que estaban haciendo. Esa frase y muchas otras de ese explorador, que así se autodenominaba McLuhan, cobran significado, son muchísimo más tangibles, más palpables para una academia hoy más sensible, porque el tiempo finalmente ha dado razón a buena parte de los postulados del buen McLuhan.

¿Cómo relacionar esa noción de ecología de medios con los ambientes comunicativos de los que hablaba McLuhan?

Los medios cambian todo, como las categorías de medios comunicativos, que resultan formidables, porque permiten hacer un corte horizontal en la historia, recuperando distintos momentos cuando determinados cambios en la ecología cultural de la sociedad, son desatados por los distintos medios. McLuhan ubica tres: la palabra hablada, la imprenta y el telégrafo. Hoy se ubica a Internet como una remediación del telégrafo. Según Jay Bolter y Richard Grusin, la *remediación* es una especie de dialéctica en los medios de comunicación, que parte de la necesidad de parecerse más al hombre. De manera voluntaria o involuntaria la gente va humanizando los distintos medios para convertirlos en la extensión de sus órganos, de sus sentidos, de distintas facultades. En ese sentido, tú puedes pensar en una mayor permanencia de los distintos medios, porque están amplificando al hombre, señala McLuhan, en comprender los medios de comunicación como las formas del ser humano, que el hombre es un Dios proteico.

Desde estas reflexiones de la Teoría de las hipermediaciones y el pensamiento de McLuhan, cómo entender la participación política ¿Cómo se da esto, en esta noción de ecología de medios o en esta noción de ambiente de los medios?

Puedes trabajar desde distintos niveles: una opción poco explorada y que vale la pena muchísimo recuperar, es la visión de medios calientes, que dependía, según McLuhan, de un nivel de participación y del nivel de definición de un determinado medio, porque los puedes extender. De hecho, dice McLuhan que para analizar figuras políticas, es decir cómo en un momento dado, un candidato frío demanda cierto tipo de medios calientes, con el propósito de establecer un proceso homeostático que le permita una mayor completud con una determinada comunidad, es el juego hoy, hay gente que piensa. Piscitelli me dijo una vez que esa fue una de las categorías más desafortunadas de McLuhan y no, es una categoría que hay que rescatar, que entender, que hay que mover muchísimo más allá de los medios de comunicación. Para entender esta relación entre medios o grupos sociales y el cambio a final de cuentas en determinada sociedad, en determinado tipo de procesos, parecería tonto suponer que medios necesariamente fríos en una sociedad de una cultura caliente puedan en un momento dado tener mayor equilibrio homeostático. Parece un juego de física o química, pero finalmente parte de los mil nutrientes de una nueva comunicología posible; lo derivas con una teoría física de la comunicación y una teoría química, por supuesto, parte de las teorías matemáticas en su momento dado que Hovland y otras personas siguieron.

Entonces, ese derrotero resulta interesante, no sé hasta qué punto pueda evolucionar. Por ejemplo, si hay una organización, es muy inconcreto pensar en cómo una determinada organización con una cultura fría o caliente, con un empleo metódico, inteligente en medios fríos y calientes, puede desarrollar una mayor capacidad expresiva, no lo sé, pero me interesa investigar, porque quizá en esta ruta aunque hay unos textos de McLuhan *for managment* o McLuhan desde la visión de la comunicación estratégica empresarial, me resultan todavía quizá distantes a atreverse a incursionar en este sendero. Cómo poder rescatar la productividad de la visión de medios fríos y calientes para desarrollar una propuesta con una visión estratégica para una organización o para un determinado grupo social y eso te da una pauta pero sensacional con nuevos medios sociales, cómo en un momento dado *blogs* o *twitter* pueden resultar ser susceptibles de ser utilizados como medios fríos o como medios calientes y puede uno entrar en un momento dado en contac-

to con una sociedad en movimiento o bien pueden movilizar a una determinada sociedad.

¿Cómo entender el poder en estos ambientes mediáticos? ¿Dónde estaría ubicado? ¿Cómo pensar la regulación de estas nuevas mediaciones en América Latina?

Una de las críticas ha sido —y muy posible en algunos casos de terreno de economía política— hacia una visión acrítica o apolítica de McLuhan, por no denunciar determinados fenómenos de poder. McLuhan evidentemente sí realiza una serie de inferencias, a los contextos específicos a los diferentes actores, pero su visión no necesariamente, porque de alguna manera u otra marca una distancia radical contra la economía política. No necesariamente recupera estos actores, tampoco se trata de pensarlo como una metafísica de pensamiento de McLuhaniano susceptible de explicar todo fenómeno o proceso social y comunicativo. Yo pensaría con otro tipo de figuras, aunque sí induzca a analizarlas en términos de lo frío y lo caliente, el cacicazgo, una de las tradiciones más dolorosas en América latina: cuando el carisma del cacique supone cierta indispensabilidad, un determinado grupo social establece una relación clientelar y finalmente el cacique usurpa una serie de papeles que corresponden a las instituciones en particular y me parece que esta fenomenología posible del poder en América Latina, sin estas figuras de caciques que son candidatos, fríos o calientes, que son completados por una determinada sociedad, cuyos discursos sí podrían permitirse ser explicados desde una visión de la ecología de medios, por lo menos me resultaría imaginablemente creativos, yo pensaría en tratar de recuperarlos.

¿Cómo entender hoy el proceso de injerencia del Estado en la formulación de las políticas públicas sobre medios de comunicación en América latina, desde dónde estamos viendo los medios de comunicación?

Hoy se ve un ejercicio, espero que no sea el pretexto para consumir una imposición, es decir que el ministerio indique, “bueno, baje una propuesta, la discutí con determinados actores, me nutre de sus razonamientos”, y eso es lo que presentan, pero ya lo tenían elaborado, lo legitiman a través del proceso. Quisiera creer que no, porque el diálogo fue productivo, la experiencia sensacional; si en un momento dado, y aquí la visión es la visión de Howard Rheingold, cómo un momento dado no necesariamente la multitud es sinónimo de estupidez, como planteaba Gustav Le Bon sino, por el contrario, un círculo virtuoso donde la multitud puede convertirse en más inteligente, que el más

inteligente de los individuos del grupo. Quisiera creer que hoy en día vivimos esa sensación, una multitud con distintas expectativas, intereses, búsquedas, capacidad de exploración, que converge hacia una discusión plena de cuál es el imaginario posible por el cual podemos establecer una, no sé si legislación, quizá una serie de pautas de recomendaciones para ir perfilando a esta visión bien interesante que denunció la funcionaria pública, que cerró el evento: convertir a Colombia como *host* del conocimiento en el año 2019. Esto sólo se hace a través de ejercicios de diálogo productivo. Si en un momento dado el gobierno se piensa erudito, el conocimiento y la ruta, los mismos compromisos específicos, con determinados lugares de la industria, van a “darle en la madre” al proyecto. Aquí lo importante es cómo te nutres de lo que puede en un momento dado pensar la gente, como decías, un proyecto de alfabetización digital sumamente ambicioso, lo echas a andar y quizá no sea en el 2019, pero el cambio cualitativo de la transformación de la calidad de vida digital de las personas va a ser contundente, vas a apreciar un cambio verdadero en las capacidades de hacer de las personas.

¿Qué tipo de personas debemos formar para enfrentar estos cambios que están por acercarse, en qué competencias debemos fortalecer la formación de los comunicadores?

La ética y los valores son fundamentales, en niveles de competencias no tenemos una web semántica, un internet Inteligente, hay metabuscadores, hay un Internet invisible que podemos explorar. Eso es parte de este trabajo interesante para formar estos nativos digitales, mucho más críticos, inteligentes y no solo pensar en nativos digitales sino en migrantes digitales en general: esta formación radica en cómo poder entender Internet, ¿como un medio facilitador?, ¿como un recurso para el reencuentros con el conocimiento? Y aquí necesitamos que una nueva metodología del trabajo intelectual proyectada a todas las personas que van a ser objeto de este proceso educativo para que aprendan a hacer más exigentes de Internet y de los múltiples ambientes digitales, muchísimo más rigurosos en términos del tipo de búsqueda o de posibilidades que pueden realizar. Esto rompe con el papel de un maestro “todólogo”, tiene que ser la visión de un explorador, un agente capaz de perfilar y darle sentido a determinadas búsquedas en los estudiantes e incluso de la universidad misma, que son a veces elefantes blancos que difícilmente se ajustan a las nuevas exigencias en información y conocimiento de las nuevas generaciones en estos tiempos. ♦

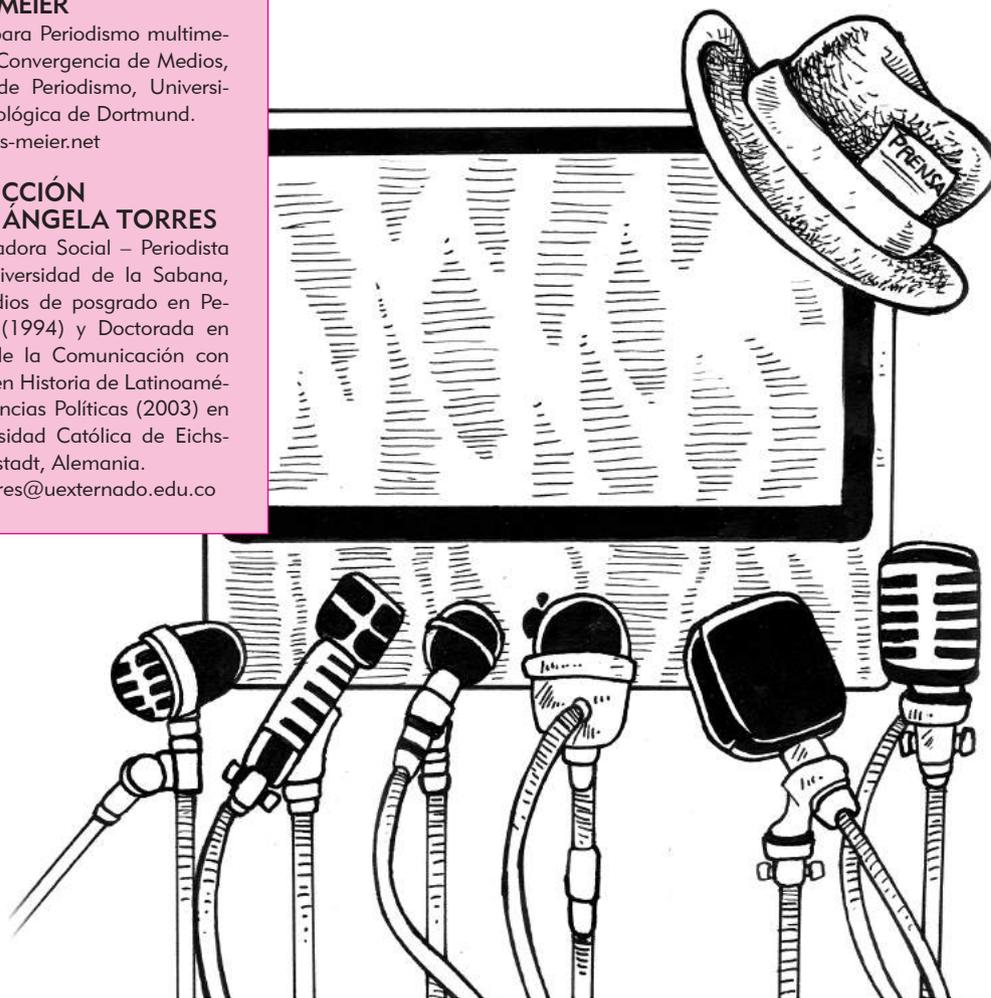
El periodismo en cambio. Digitalización y convergencia de redacciones en Alemania

KLAUS MEIER

Decano para Periodismo multimedia y Convergencia de Medios, Instituto de Periodismo, Universidad Tecnológica de Dortmund. km@klaus-meier.net

TRADUCCIÓN MARÍA ÁNGELA TORRES

Comunicadora Social – Periodista de la Universidad de la Sabana, con estudios de posgrado en Periodismo (1994) y Doctorada en Ciencia de la Comunicación con estudios en Historia de Latinoamérica y Ciencias Políticas (2003) en la Universidad Católica de Eichstätt-Ingolstadt, Alemania. maria.torres@uexternado.edu.co



RESUMEN

Las salas de noticias se encuentran en medio de un periodo de gran cambio. Hay muchas razones para ello, pero sobre todas, el Internet, la digitalización de los procesos noticiosos y la convergencia en la industria mediática son las que están rediseñando de formas variadas el panorama del periodismo. Este artículo analiza las tendencias centrales en las salas de noticias en Alemania. El énfasis está dado en las salas de noticias de los periódicos y sus esfuerzos en manejar la transición del impreso al Internet. Las razones y estrategias que llevan a acciones de convergencia en los periódicos, son los puntos iniciales de análisis: el cambio dinámico de la tecnología de medios, el comportamiento de la audiencia y los mercados de medios. Subsecuentemente describimos –con base en varios estudios de caso– el estatus de la convergencia de salas de noticias en Alemania: ¿cómo están manejando las editoriales alemanas estos retos que se les plantean?, ¿cómo han reestructurado la organización y los flujos de trabajo? La evidencia sugiere que hay ciertos factores clave de éxito, aun cuando se pueden definir tres modelos de convergencia de salas de redacción desde los que se afrontan los retos en diversas formas.

Palabras Clave: Digitalización, Periodismo, Convergencia de medios, Multimedia, Salas de noticias en Alemania.

ABSTRACT

Journalistic newsrooms are in the midst of a period of far-reaching change. There are many reasons for this, but above all the Internet, the digitization of the news process and the convergence of the media industry are reshaping the landscape of journalism in a variety of ways. This article analyzes central trends in German newsrooms. The main focus is on newspaper newsrooms and their effort to manage the transition from print to Internet. Initial points of the analysis are the reasons and strategies which lead to the convergence activities of the newspapers: the dynamic change of media technology, of audience behavior and of media markets. Subsequently we describe – on the basis of several case studies – the status of newsroom convergence in Germany: How are newspaper editorial departments in Germany overcoming the challenges facing them? How have they re-structured their organization and workflows? Evidence suggests that there are certain key factors of success even though we can find three models of newsroom convergence which meet the challenges in different ways.

Keywords: Digitization; Journalism; Media Convergence; Multimedia; Newsroom Convergence in Germany.

El periodismo vive actualmente un cambio profundo. Los motivos son muchos y variados, pero el motor principal de dicho cambio ha sido la Internet. Éste, a manera de soporte giratorio para texto, imagen, video y audio, se convierte en una competencia seria para los soportes tradicionales de los medios masivos, depósitos de información y conocimiento. Para muchas redacciones periodísticas, Internet no significa ya competencia ni peligro, sino que un motor de crecimiento. Con él se busca no solo recuperar las pérdidas en cobertura, por ejemplo de los periódicos impresos, sino que con Internet se pretende alcanzar nuevos públicos en otro mercado –por lo menos es la esperanza de los editores innovadores.

En el periodismo alemán, las señales del cambio se reconocen mediante conceptos como ‘estrategia multicanal’, ‘trabajo multimediático’, ‘sala de noticias integrada’, ‘convergencia’ o también con ‘Web-colaborativo’ o ‘periodismo ciudadano’. Este texto analiza las tendencias centrales del tema de la digitalización y convergencia de redacciones, entendiéndose, ante todo, los cortes que se dan, por un lado, entre los soportes periodísticos tradicionales de prensa, radio y televisión y, por el otro, los soportes digitales modernos, como Internet y la comunicación móvil. Nos planteamos primero la pregunta acerca del porqué y revisamos las causas y estrategias que han llevado a las actuales actividades de convergencia de redacciones. En un segundo paso, nos planteamos la pregunta del cómo se han dado las posibilidades para realizar estrategias de convergencia en redacciones periodísticas en Alemania. El énfasis de este texto está en las redacciones de periódicos.

¿POR QUÉ CONVERGENCIA DE REDACCIONES?

El antecedente de las actividades actuales de convergencia es muy variado. Básicamente se remiten al cambio dinámico de las técnicas de medios, la recepción de los mismos y en consecuencia de ello, de los mercados de medios y las estrategias periodísticas.

Técnicas de medios

La digitalización no fue solo condición básica para que Internet se convirtiese en un soporte de publicación, sino que cambió al periodismo en variadas formas (ver. Meier, 2007a: 122s, 164-166). En el periodismo analógico, los contenidos mediáticos estaban ligados a una forma definida de transmisión: un texto para periódico era impreso para una edición especial, una entrega para televisión, transmitida en una emisión (y ahí terminaba todo). Esa unión fija entre contenido y medio técnico se diluye cada vez más en la economía de medios digitales: las entregas, estando digitalizadas, pueden fácilmente ser copiadas, transformadas y utilizadas de muchas maneras, según el tiempo y el espacio. A ejemplo de la radio, anteriormente se disponía de una cinta magnetofónica con sonido original en una grabadora; la cinta era cortada y pegada (editada). Se trabajaba con el original, porque con cada copia la calidad disminuía. La grabadora debía estar disponible físicamente, cuando se transmitía el mensaje; posteriormente la cinta terminaba en el archivo (el sótano). Tras la digitalización de la técnica radiofónica, las entregas en sonido original se encuentran en servidores, disponibles permanentemente para cualquier redactor que quiera disponer de ellas a través de la red. Los audios pueden ser copiados cuantas veces sea necesario.

En muy corto tiempo se pueden producir numerosas versiones de una misma contribución periodística para diversas emisiones. También se tiene un fácil acceso al archivo digital. La situación en televisión es parecida (ver Voigt, 2007), al igual que en los medios impresos. En poco tiempo se pueden cambiar los periódicos o utilizar paquetes informativos de una misma contribución para numerosos periódicos y soportes –como en el caso ejemplar de *Welt* con su pequeño periódico *Welt kompakt* y el soporte de Internet, conjunto que comparten los dos con el semanario *Welt am Sonntag*.

Los sistemas de redacción, es decir, los sistemas de gestión de contenidos (*CMS, Content Management System*) para impresos, audio, video e Internet estructuran e impulsan los procesos del trabajo en todos los medios. Antes, por motivos técnicos, los procesos eran estrictamente lineales y monomediales; hoy éstos se encadenan con las tareas, mediante la técnica digital. La digitalización de la producción y distribución periodística es la base técnica para que se puedan dar estrategias multicanales.

Internet, por el contrario, ha desplegado su cobertura en 15 años en forma tan acelerada como ningún otro medio desde la televisión

Recepción de medios

El tiempo de que disponen las personas para el uso de medios parece ahora ser casi ilimitado: entre 1980 y 2005 el consumo de medios de los alemanes casi se duplicó –de cerca de 6 horas se pasó a 10 horas diarias en promedio (ver Eimeren/Ridder, 2005). Sin embargo, la expansión de las ofertas en las coberturas apenas se percibe. Ejemplo, los diarios impresos: el promedio de lectura en los años 80 disminuyó fuertemente (de 38 a 28 minutos diarios), desde hace 15 años permanece estable. Ese promedio esconde, sin embargo, un problema general de los diarios: su cobertura sobre la población general y sobre todo entre los jóvenes, disminuye continuamente, mientras la población adulta, más cercana a los periódicos, los lee cada vez más y por eso se mantiene el promedio estable. Los aficionados a los periódicos encuentran entonces cada vez más material de lectura –pero en todo caso, cada vez son menos las personas aficionadas a los periódicos (ver Meier, 2007a: 106s.).

Internet, por el contrario, ha desplegado su cobertura en 15 años en forma tan acelerada como ningún otro medio desde la televisión. De

acuerdo con el estudio AGOF '*Internet facts 2009-III*' el 69% de los alemanes con 14 años o más son usuarios de Internet (ver www.agof.de). Entre el 90% y el 97% de los grupos meta jóvenes, bajo los 30 años, se cuentan como usuarios de Internet. Que para los jóvenes el computador sea más importante que el televisor –y los medios impresos entre el conjunto de medios sean los más desfavorecidos, lo comprueba el estudio JIM 2008 ('Juventud, Información, [Multi] Medios') del Grupo de Investigación en Pedagogía de Medios del Suroeste alemán (ver www.mpf.de): de acuerdo con este estudio, un 29% de las personas entre 14 y 19 años "difícilmente podría renunciar al Internet", a 16% le sería difícil renunciar al televisor y solo un 3% no renunciaría al periódico.

En el llamado Web 2.0 crece el interés de los usuarios de Internet por participar en el 'Internet colaborativo', aun cuando el número total de usuarios activos, que por sí mismos colocan contenidos, es todavía relativamente pequeño respecto de los consumidores pasivos. En el último estudio en línea de las cadenas de televisión públicas alemanas ARD/ ZDF, se pregunta si las ofertas de Web 2.0, como Wikipedia, las comunidades visuales o los blogs fueron utilizadas en forma activa o pasiva (ver ard-zdf.onlinestudie.de). La respuesta es que 65% de los usuarios *online* habían leído en la Wikipedia, 52% habían mirado videos de portales comunitarios como *You Tube* y un 34% eran activos en redes privadas. El 6% de los usuarios de videoportales habían colocado por sí mismos videos. Es decir que, calculando por lo alto, de cerca de 44 millones de usuarios *online* en Alemania, un 1,7 millones son kikipedianos y aproximadamente 2,5 millones son productores de video.

Desarrollo del mercado

Internet se convierte cada vez más, no solo en un mercado de públicos, sino también en un mercado publicitario. Durante la crisis del 2000 a 2003 las ganancias por publicidad de los periódicos impresos en Alemania caían cerca de un tercio y desde entonces permanecen ahí estancadas, las ofertas *online* muestran tasas de crecimiento de entre un 8% en los años de crisis y de un 100% en los años del *boom*. De acuerdo con datos de la Asociación Central de Economía Publicitaria (www.zaw.de), las ganancias netas por publicidad de todos los medios entre 2005 y 2008 solo se elevaron un 2,6% –la publicidad online por su parte un 127% (sin considerar la publicidad de los buscadores).

La nueva crisis publicitaria –debido a la crisis económica– se palpaba ya en el año 2008: mientras las revistas generales obtenían 7% menos de ganancias por publicidad y los periódicos

un 4% menos que el año anterior, el crecimiento de la publicidad *online* era moderado pero sólido, de 9%. Sin embargo, las ganancias por publicidad a través de ofertas periodísticas en Internet son (¿aún?) muy bajas, para que con ella se puedan recuperar las pérdidas en la publicidad impresa.

Por último, se cuestiona la totalidad del modelo de negocio del periodismo privado-comercial (Meier, 2009). Esto, porque a largo plazo la ‘torta publicitaria’ es menor: en el 2007 (un año de ¡boom!) nos encontrábamos con 20,8 mil millones de euros de ganancias netas totales por publicidad, en el nivel de 1998 –y eso inclusive los años de crecimiento del Internet. Para 2009 calcula la Asociación Central de la Economía Publicitaria de Alemania una caída del 8% al 10%, es decir que bajó a los 19 mil millones de euros. “Esa sería la pérdida porcentual más fuerte en la historia de la publicidad en Alemania” (ZAW, 2009: 8).

Cambio de estrategia: “Primero el Internet” (web first)

Las casas editoriales alemanas de periódicos y revistas se demoraron mucho en aceptar al Internet como un soporte completo de publicación¹. El temor a ‘canibalizar’ el producto impreso con el Internet y perder (numerosos) lectores con la oferta en línea (gratis) era muy grande. Una tendencia al cambio se impuso en Europa hacia mediados del año 2006, cuando por ejemplo el periódico británico *Guardian* comenzó a colocar en Internet, sin costo alguno, los artículos internacionales y locales –y eso, tan pronto como fuesen escritos, es decir aun antes de su impresión. “Primero Internet”, así se denominó el principio.

Muchos periódicos siguieron al *Guardian* –también en Alemania, donde el eslogan “*web first*” se reformuló por “*online first*” (ver Otte, 2007). Este cambio de estrategia tuvo amplias consecuencias en el trabajo de redacción. Principalmente en los diarios –pero también en las revistas, la radio y la televisión –la forma de pensar y actuar se aleja así de los términos o plazos definidos para la edición o la emisión, y cambian para orientarse hacia un servicio las 24 horas. Las formas de presentación en Internet exigen además un trabajo multimediático en vez de uno monomediático

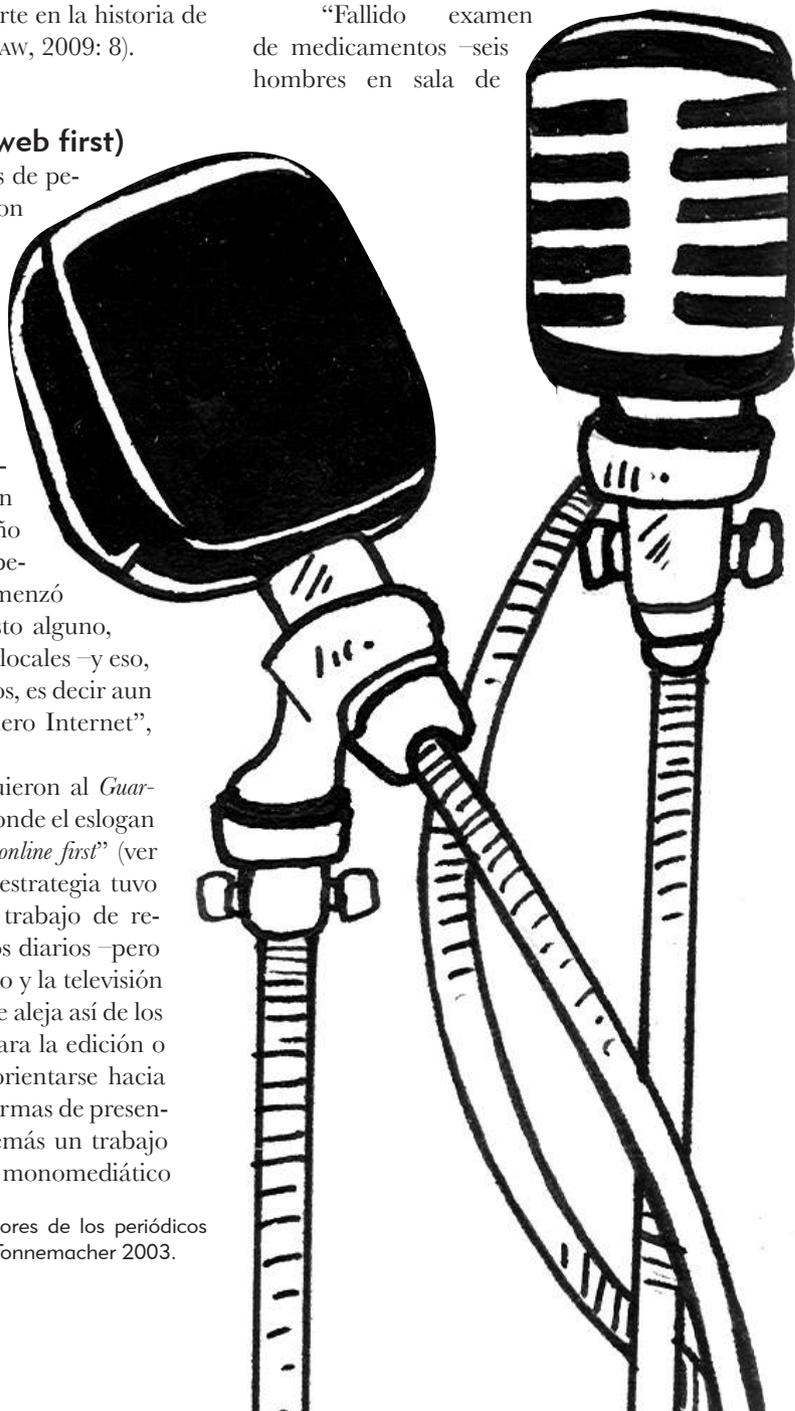
y generan consigo una relación más estrecha con el público. ¿Qué significa esto para el flujo del trabajo? ¿Cómo cambian las competencias de los periodistas, cómo sus condiciones de trabajo y la calidad periodística? Estas y otras preguntas sobre el trabajo convergente en una redacción no han sido aún suficientemente respondidas. En el siguiente texto daremos algunos indicios basados en experiencias de redacciones y estudios de caso.

¿CÓMO ES LA CONVERGENCIA DE REDACCIONES?

El escenario de una sala de noticias

Las posibilidades de los procesos encadenados en una redacción convergente pueden visualizarse en un escenario (ver Meier, 2007 b):

“Fallido examen
de medicamentos –seis
hombres en sala de



1. Ver sobre las estrategias anteriores de los periódicos alemanes en Internet: Neuberger/Tonnemacher 2003.

cuidados intensivos”. La información de la agencia de noticias electriza a los redactores de una mesa de noticias de un periódico regional. Dos días antes habían publicado una buena historia sobre una empresa biotecnológica en su ciudad. Ahora se trata de un nuevo medicamento de la misma empresa, el culpable de las fallas orgánicas de las personas de experimentación. En la mesa de noticias se decide inmediatamente investigar el tema de una manera amplia: un reportero es enviado a la empresa y el redactor científico es encargado de averiguar los antecedentes acerca del procedimiento de prueba de medicamentos nuevos. Un redactor económico debe investigar los efectos de dicho tema en el sector biotecnológico, dado que la firma está siendo financiada con capital de riesgo.

En la sala de noticias se juntan los hilos —poco a poco va siendo distribuido el material en los soportes mediáticos. La entrevista con el gerente de la empresa aparece pronto en un archivo de audio en Internet y complementa la información inmediata que se extrae de los textos de las agencias de prensa. Una parte del audio original se le entrega a una colega que producirá la noticia para la emisora de radio de la misma casa noticiosa. Cuando en la mesa de noticias se percibe que el tema es visitado fuertemente por usuarios de Internet y que se convierte en un *hit* de la edición *online*, la página se entrega para el periódico: el periodista científico reúne en un texto de primera página todas las versiones de las fuentes investigadas. Un colega de la mesa de noticias construye un paquete temático para la página 3, a partir de todos los artículos que van surgiendo.

Este escenario de una redacción convergente sería imposible con las estructuras de una redacción tradicional. En ese entonces, cada sección trabajaba sus páginas; cada división tenía su(s) propia(s) hora(s) de emisión; cada medio, su propia redacción. Los nuevos modelos de organización de redacciones fracturan esta autonomía: el principio es que el trabajo para todos los medios, todas las secciones, todos los canales se realiza en una mesa de noticias o en una sala de noticias. Los temas complejos, pero actuales, pueden ser identificados, planeados y

trabajados en forma flexible.

Los anglicismos *Newsroom* y *Newsdesk* se han vuelto palabras de moda en la administración de redacciones en el ámbito de habla alemana —sobre todo en los diarios, pero también en agencias de noticias y en emisoras de radio (Meier, 2006; Milz, 2007). Los conceptos se utilizan y valoran de forma diferenciada. Para este tipo de análisis y evaluación ya es bastante difícil que en detalle se identifiquen variados y diferentes modelos de mesa de noticias (*Newsdesk*). De acuerdo con cálculos, cerca de la mitad de las redacciones de periódicos en Alemania cambiaron sus estructuras de redacción y flujo de trabajo (ver Landtag NRW, 2006: 57). A esto se suma que las agencias de noticias como DPA, APA o EPD trabajan con nuevos conceptos de *sala de noticias* (*Newsroom*) (ver Meier, 2007c). También las emisoras de radio —como por ejemplo las redacciones *online* de la cadena radial *Bayerischen Rundfunks*, el resumen noticioso en la cadena radial NDR, o el *Tagesschau* de la televisión suiza (ver Hänecke, 2007)— experimentan con ideas de sala de noticias y mesa de noticias, en busca de un mejor encadenamiento de la comunicación *online* de radio, televisión y móvil.

Mesa de noticias y sala de noticias: definiciones, motivos y ejemplos

Las siguientes definiciones generales se han impuesto, porque concuerdan con la mayoría de los modelos (ver Meier, 2006: 209-2010; Lungmus, 2007: 31):

- La mesa de noticias (*Newsdesk*) es una central de coordinación y producción; allí todo sucede en conjunto, se encuentra el material de que dispone la redacción. En redacciones de periódicos se coordinan y producen las páginas de diversas secciones o de las redacciones locales en conjunto. En la mesa de noticias se pueden así acordar y prestar los servicios cruzando medios para muchos soportes. De acuerdo con el concepto en la mesa de noticias, se colocan en ella uno o dos editores (redactores), pero también una docena o hasta más.
- La sala de noticias (*Newsroom*) no es simplemente el gran salón tradicional, sino que apoya con su arquitectura nuevos conceptos de redacción para la planeación y el trabajo de las secciones para la totalidad de los medios. Las paredes entre secciones y medios se eliminan; todos los periodistas se sientan en un salón de redacción común para poder así acordar y coordinarse mejor entre sí. Con el concepto de sala de noticias se identifica no tanto la arquitectura, sino el nuevo modelo

Este escenario de una redacción convergente sería imposible con las estructuras de una redacción tradicional

de organización y la nueva forma de pensar y actuar periodística. Suele decirse con frecuencia que se trata de “la caída de los muros en la cabeza”.

- Así se ligan los dos conceptos: la mesa de noticias es el centro de una sala de noticias.

¿Cuáles son los motivos de fondo de estas innovaciones en las redacciones? Viéndolo desde arriba, a vuelo de pájaro, tres aspectos desempeñan un rol significativo:

1. *Superar los límites entre las secciones.* Al principio del desarrollo de la mesa de noticias se encontraba el objetivo de superar los límites y egoísmos entre las secciones, con el fin de fortalecer la conciencia sobre el periódico como producto total y trabajar a conciencia y en forma extensa, aquellos temas que no se ajustaban al filtro de las secciones. Además se podían ofrecer libremente recursos para la investigación propia, para la complementación flexible de temas, fuera de la rutina noticiosa (Meier, 2002). Estas primeras mesas de noticias tuvieron origen ya en los años noventa, por ejemplo en la *Freien Presse* de Chemnitz, con el redactor en jefe, Dieter Soika. Otros pioneros de la mesa de noticias son Paul-Josef Raue –actualmente redactor en jefe del diario *Braunschweiger Zeitung*– y Michael Reinhard, quien en el 2001 introdujo un cambio innovador en el *Main-Post* de la ciudad de Würzburg.
2. *La crisis de los diarios.* Entre los años 2001 y 2004 surgió otro motivo para estos cambios estructurales de las redacciones: los costos. Las reducciones dramáticas en las ganancias por publicidad tuvieron como consecuencia los cortes en las finanzas de las redacciones. En la crisis se volvía a discutir que los periódicos debían cambiar en su contenido, si no querían perder más lectores y si querían recuperar o ganar públicos jóvenes. Un dilema –así pareció–: porque hasta ese entonces los espacios libres y creativos y la investigación propia eran únicamente posibles con más personal, algo que no se podía financiar. La salida es posible solo, al optimizar los procesos en la redacción, flexibilizar las estructuras y profesionalizar las tareas. Las redacciones son siempre mucho más funcionales por ejemplo cuando se separan las funciones de editores y reporteros. Los editores son especialistas en desarrollar las páginas, en la producción, organización y planeación de temas; su trabajo es central en la mesa de noticias. Los reporteros se pueden ocupar de la red de

información, investigar antecedentes y escribir historias propias.

3. *La sala de noticias integrada.* Solo el tercer factor, el desarrollo de la mesa de noticias, integra estrategias multicanal en la organización de la redacción. La así llamada ‘sala de noticias integrada’ se encuentra ya hace varios años en el centro de las innovaciones en las redacciones y ahora cobra importancia también en Alemania. Los diversos soportes mediáticos se dirigen conjuntamente en una sala de noticias y/o en una mesa de noticias: los temas se planean y trabajan para cubrir el total de los soportes, lo que no quiere decir que los contenidos periodísticos se vayan a ver iguales en todos éstos. Una historia fluye por muchas estaciones, es narrada *online* en forma diferente que impresa o emitida en audio. “Escoge el mejor medio para subir una historia y el mejor flujo entre los medios. No todas las historias para todos los medios, una buena proporción solo para uno”, dice Lars Jaspersen, redactor jefe de la casa de medios *Nordjyske Medier*, que produce en una redacción integrada para Internet, periódico, periódico gratis, radio y televisión local, y se ha convertido en el sitio a visitar, cuando se trata de ‘convergencia en sala de noticias’ (citado en Meier, 2007c: 7).
4. *Redacción central para varios impresos.* El concepto de la ‘redacción convergente’ alcanzó en Alemania en el año 2009 una nueva dimensión: no se trata ya solo de la producción para impresos y *online*, sino también de una producción en comunidad para diversos soportes impresos. La disposición de los consorcios de medios con miras a conservar la variedad en sus propias casas aumentó: las redacciones que con anterioridad trabajaban independientemente se integran; las redacciones centrales abastecen diversos productos; las redacciones locales, que hasta entonces competían en su propia casa, se reducen. Este es el ejemplo de la sala de noticias de *Springer*, en Berlín (con impresos como *Welt*, *Welt kompakt*, *Berliner Morgenpost*, *Welt am Sonntag*), lo mismo que la así llamada ‘mesa de contenido’ del grupo WAZ (redacción central para *WAZ*, *NRZ*, *Westfälische Rundschau*). En muchos otros grupos editoriales se intercambian artículos, y las páginas se producen para numerosas plantillas –por ejemplo en el Imperio-Dumont donde se realiza esto con el *Frankfurter Rundschau*, *Berliner Zeitung*, *Kölner Stadt-Anzeiger* y *Mitteldeutsche Zeitung*.

“La convergencia es un reto organizacional. Los temas deben ser planeados con tiempo. Desde el principio debe quedar claro en qué formatos y en qué soportes va a ser publicada una historia”

Experiencias y factores de éxito

¿Cómo manejan las redacciones de los periódicos en Alemania los retos de la convergencia? ¿Cómo han estructurado la redacción y los flujos de trabajo? ¿Ante qué retos se encuentran? Los resultados de estudios de caso (ver. Juul / Meier / Schantin, 2007) así como conocimientos de otros proyectos de investigación sobre redacciones (ver por ej.: Probst, 2007; Meier, 2007c) se pueden resumir en 7 puntos:

1. Los puntos a favor y en contra, que en general se esgrimen alrededor de la convergencia de salas de noticias, se planteaban también en nuestros estudios: los redactores jefes consideran que con las nuevas estructuras de redacción se logra una mejor calidad periodística, no solo porque los soportes son más visibles y con ello aumenta el alcance de la redacción en conjunto, sino también porque los procesos y la planeación de temas pueden ser profesionalizados. Así lo identifica por ejemplo Thomas Satinsky, del periódico *Südkurier*: “El sentido y el objetivo de las mesas de noticias regionales es que los redactores vuelvan a aquello para lo que fueron formados: conseguir información y reproducirla”. A los redactores eufóricos les agrada más el trabajo variado que deben realizar ahora para más soportes que lo de antes. Los escépticos se quejan, por el contrario, de que la premura del trabajo (nuevamente) aumenta para los redactores en una mesa de noticias y que los espacios libres de trabajo se vuelven más escasos. Quien esté sentado en una mesa de noticias o en una sala de noticias queda permanentemente al acceso para cualquier conversación.
2. Quien desee dirigir conjuntamente los diversos soportes mediáticos en una redacción, debe sincronizar los procesos de planeación y decisión. Eso significa sobre todo para las viejas redacciones de diarios orientadas a la producción, cambiar del paradigma de orientarse al cierre de redacción e impresión hacia la elaboración de noticias las 24 horas. La planeación y el apoyo a los diversos soportes pueden ser colocados,

por ejemplo, en una mesa de noticias.

3. La convergencia es un reto organizacional. Los temas deben ser planeados con tiempo. Desde el principio debe quedar claro en qué formatos y en qué soportes va a ser publicada una historia. Posteriormente, es difícil distribuir y publicar material en el medio adecuado.
4. El eslogan ‘*Online first*’ es malinterpretado: no todo tema, no toda historia debe ser inmediatamente llevada al Internet. Una redacción debe pensar mucho más qué soporte es el apropiado. Como siempre, la pregunta discutible será si las ‘chivas’ deben ir primero al Internet o si se destacan al otro día. Eso depende también de la situación de la competencia: ¿se corre peligro de perder la exclusividad, cuando otros también descubran el tema y puedan ser más rápidos online? ¿O es al contrario, que la competencia impresa se valga de la versión *online*, cuando en esta última se informan los asuntos exclusivos?
5. El nuevo contacto con el público, a través de Internet, puede ser fructífero para el periódico. El primer efecto de una sala de noticias para los redactores de impresos, es que pueden observar las cuotas de visita de las páginas en Internet (ver Meier / Tüshaus, 2006): Los temas que sean consultados con mayor frecuencia serán considerados en la planeación de periódicos. “Yo puedo chequear qué tanto es consultado un artículo, eso puede facilitar mi trabajo en la selección de temas significativamente”, dice Horst Seidenfaden, redactor jefe de *HNA*. Pero también la nueva motivación de los lectores en participar en Internet puede ser aprovechada para todos los soportes. El contenido generado por usuarios (*User Generated Content*) –como los correos de lectores, las fotos de lectores o las participaciones en foros–



pueden ser valiosos para los periódicos (ver Prinzing/Blum, 2007). El *input* del lector debería ser impulsado desde el centro, en la mesa de noticias y repartido a los diversos soportes. Así pueden convertirse las discusiones de usuarios de Internet en un tema que hoy ya está *online* y mañana será impreso en el periódico.

6. Las redacciones convergentes requieren capacitaciones y entrenadores. Existen diversas posibilidades para que los expertos redactores de impresos sean aptos para e Internet: los seminarios deben, por una parte, referirse a la forma de pensar y planear para los diversos soportes; por otra parte, se trata de trabajo manual: la producción de video y audio con grabación y edición exigen nuevas competencias técnicas y de contenido. Otras posibilidades son las rotaciones de redactores y las prácticas: colegas de impresos que pasen un par de días, semanas o meses en la redacción *online* o al contrario. Dice Horst Seidenfaden: “Nosotros incitamos a que nuestros redactores, sobre todo los que hacen prácticas, piensen en dos medios. Los redactores deben conocer todos los soportes, aprender a trabajar con ellos y a utilizarlos mejor. Por el momento les ofrecemos a muchos redactores cursos en técnicas de edición, video así como audio”. Además, en *HNA* cada redactor local tiene la posibilidad de realizar prácticas en la redacción *online*. Sin embargo, aún hoy es válido tanto como ayer, que no todo periodista puede trabajar para todos los soportes y que hay especialistas para el periódico (los que hacen las páginas) y para el continuo desarrollo de la presentación en Internet. “Cada uno debe poder

pensar en todo, pero no tiene que poder hacer todo”, dice Thomas Satinsky, del *Südkurier*.

7. De cualquier manera, el impulso a la convergencia de la redacción principal y la dirección de la empresa llega: se deben desarrollar ideas y visiones e invertir en nuevas estructuras, técnica y personal. Igualmente importante es que los redactores jefe lleven consigo su grupo de trabajo y aprovechen el potencial creativo de una redacción. Cambio administrativo (*Change management*) es un concepto hasta hace poco desconocido en las redacciones –actualmente es importante para sobrevivir.

Todas las redacciones investigadas están en ese camino. Prueban, experimentan con nuevas formas, recogen nuevas experiencias. “Aún no es claro a dónde llevará este viaje completo”, dice Jan Brügelmann, redactor en la mesa de noticias del *Stadt-Anzeiger* de la ciudad de Colonia. “Pero ahora tenemos que probar y experimentar en nuestro conjunto de formatos mediales. En tanto, simplemente aprendemos más todo el tiempo”.

Tres modelos de convergencia de redacciones

En un proyecto de investigación internacional con estudios de caso en Alemania, Austria y España, se definieron tres modelos de convergencia de redacciones (ver. García Aviles et al, 2009a y 2009b):

- Integración completa. Aquí se concentra en una única sala de noticias la infraestructura necesaria para la producción multimedial. La agregación de información y la producción y distribución de noticias se apoyan desde el centro. Los flujos de trabajo se definen para todos los canales de la sala de noticias. La convergencia es una meta empresarial expresa y un proceso de desarrollo estratégico, económico y periodístico, a largo plazo. Más de la mitad de los periodistas trabajan con claridad para dos o más soportes y son capacitados para ello constantemente con cursos especializados o de formación continuada.
- Medios en Cruz. La mayoría de los periodistas se especializan aún en un soporte de distribución. Consecuentemente, puede que las salas de noticias y las mesas de noticias permanezcan separadas. Sin embargo, hay un punto central de impulso para todos los soportes, con coordinadores y administradores de noticias para los flujos informativos y la valoración de contenidos. La formación de grupos de trabajo se puede dar sin considerar las fronteras entre medios y,

más aún, se fomenta al igual que el trabajo individual en varios medios, lo mismo que la formación continua para ello. Para trabajar cruzando medios debe en todo caso sobreentenderse que un 5% de los periodistas sean polivalentes.

- Coordinación de soportes independientes. Ni para la búsqueda ni para la producción ni la distribución de noticias se presenta un trabajo cooperativo de los diversos medios de una misma empresa. Conscientemente, esto no es un fin estratégico y el trabajo multimediático de algunos periodistas surge ante todo por intereses individuales, pero no es algo buscado por la administración. Tras de ello está la intención de mantener unidades autónomas de gran peso, sin correr el riesgo de empantanar las competencias periodísticas centrales y la tarea propia de la identidad de cada soporte en específico. La promoción de medios en cruz y sus contenidos, es en este caso normal al igual que es indispensable el entendimiento básico convergente en el nivel administrativo y en las direcciones de redacción.

La convergencia de redacciones es un proceso que aprovecha la innovación tecnológica para alcanzar metas específicas en marcos de condiciones específicas —y consecuentemente cada proyecto de convergencia tiene un propio y específico resultado. No existe un modelo exitoso de convergencia de redacción. Las redacciones deben encontrar sus propios caminos y actualizarse continuamente para aprovechar productiva y crea-

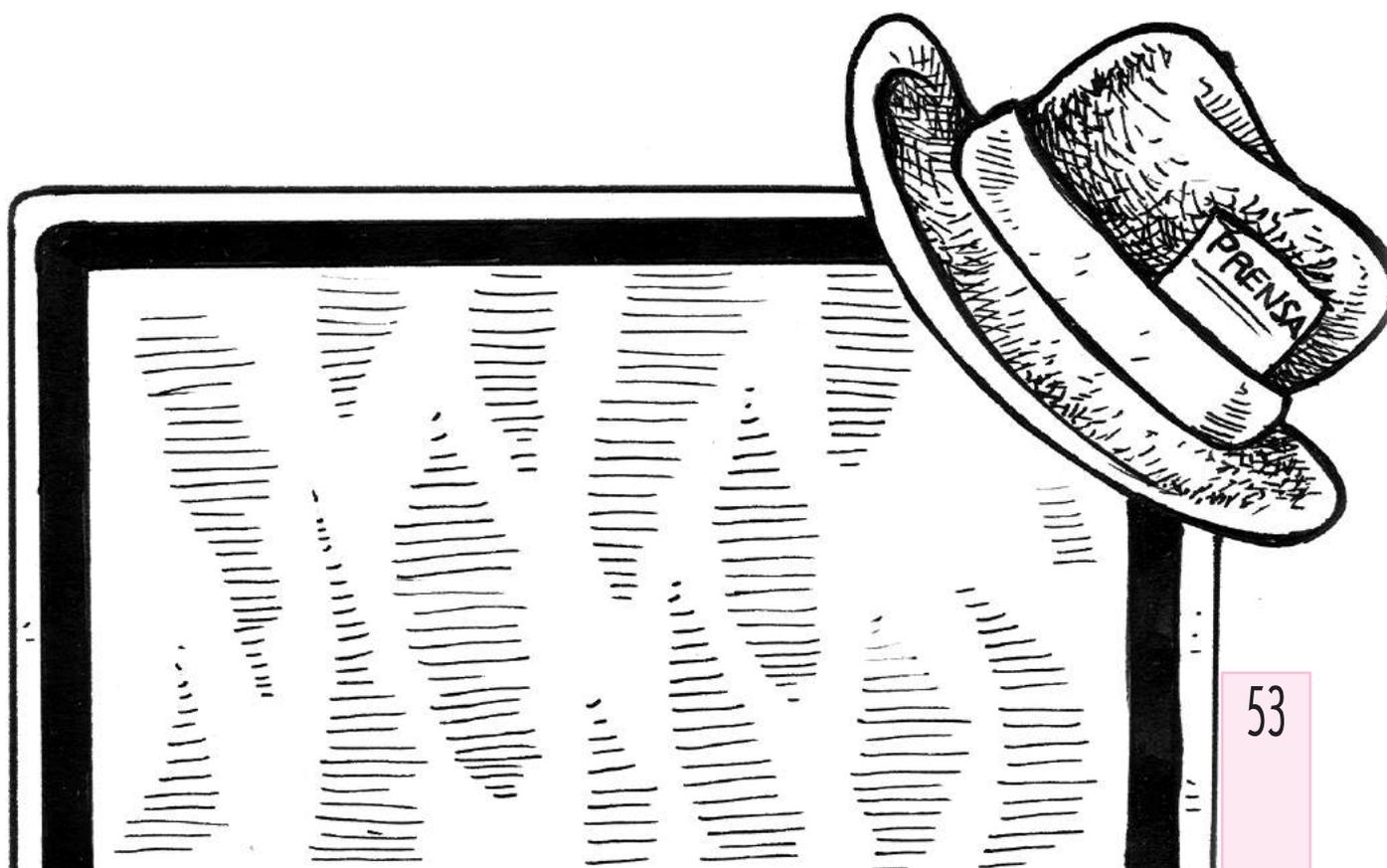
tivamente las nuevas posibilidades técnicas, las condiciones cambiantes del mercado y el cambio continuo del uso de medios.

UN ÚLTIMO COMENTARIO Y NUEVOS CUESTIONAMIENTOS

Internet ha desarrollado una dinámica de crecimiento mundial que no tiene ejemplo en el mundo clásico de los medios —y ha generado masivas inseguridades en las organizaciones de medios y en las redacciones. Por un lado, Internet tiene el potencial de una pantalla central giratoria para texto, fotos, audio y video y puede ser útil para acceder al público a cualquier hora. Por otra parte, las preguntas centrales de carácter económico no han sido respondidas aún con claridad: ¿Cómo pueden los medios *online* tener ganancias con contenidos periodísticos solo con publicidad o con otros modelos de negocios? ¿Continuarán enfrentándose los medios de carácter público² con los intereses económicos en la balanza? ♦

.....

2. **Nota de la traductora:** En Alemania el sistema de medios es dual: existen instituciones mediáticas independientes de derecho público, entiéndase aquí en Televisión y Radio, con una organización interna definidas desde los Estados federados por igual. Estas instituciones se financian aún en parte con los impuestos de los usuarios y entre las determinaciones básicas a las que deben ajustarse están, la variedad de opinión y el equilibrio. Por otra parte, desde mediados de los 80 surgen allí los medios privados con su economía de mercado, también deben ajustarse a unos mínimos de calidad y equilibrio en la programación, pero se financian totalmente a través de publicidad.



 **No existe un modelo exitoso de convergencia de redacción. Las redacciones deben encontrar sus propios caminos y actualizarse continuamente para aprovechar productiva y creativamente las nuevas posibilidades técnicas** 

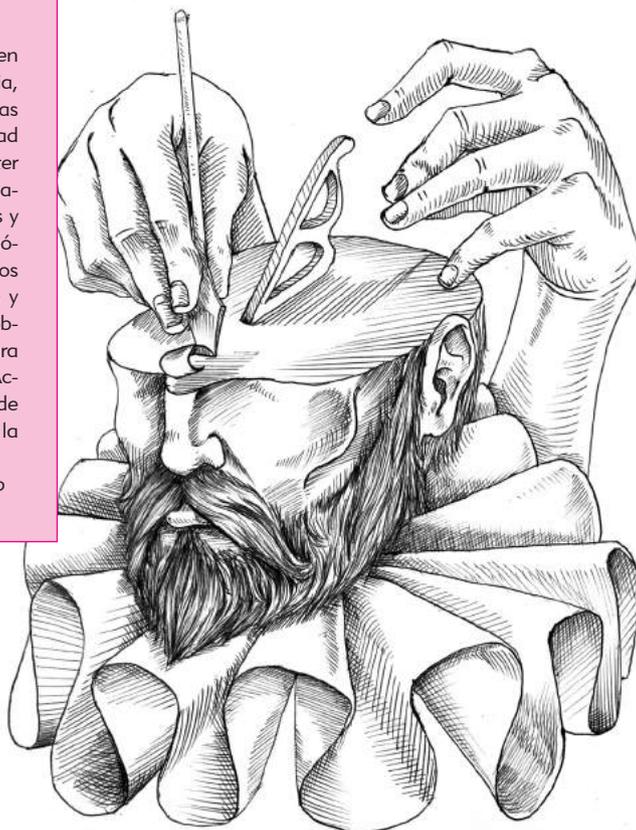
BIBLIOGRAFÍA

- GARCÍA AVILÉS, JOSÉ A.; MEIER, KLAUS; ANDY KALTENBRUNNER; MIGUEL CARVAJAL PRIETO; DANIELA KRAUS (2009a): “Newsroom Integration in Austria, Spain and Germany: Models of Media Convergence”, en *Journalism Practice* (Routledge, London), 3. Jg. 2009, H. 3, S. 285-303.
- GARCÍA AVILÉS, JOSÉ A.; MIGUEL CARVAJAL PRIETO; ANDY KALTENBRUNNER; KRAUS MEIER; DANIELA KRAUS (2009b): “Integración de redacciones en Austria, España y Alemania: modelos de convergencia de medios”, en *Anàlisi* (Universidad Autónoma de Barcelona), Heft 38, S. 183-198.
- HÄNECKE, FRANK (2007): „MAZ-Media-podium zu Medienkonvergenz“, en maz.ch vom 21.6. (www.maz.ch/aktuell/news/280.asp).
- JUUL, TORBEN; KLAUS MEIER; DIETMAR SCHANTIN (HG.) (2007). *Crossmediale Redaktionen in Deutschland. Fünf Fallstudien*. Darmstadt: IFRA Special Research Report.
- LANDTAG NRW (2006). *Situation des Zeitungsmarktes in Nordrhein-Westfalen 2006*. Drucksache 14/3156 vom 11. Dezember.
- LUNGMUS, MONIKA (2007). “Andere Tischsitten“, en *Journalist*, Heft 9, S. 30–34.
- Meier, Klaus (2002). *Ressort, Sparte, Team. Wahrnehmungsstrukturen und Redaktionsorganisation im Zeitungsjournalismus*. Konstanz: UVK.
- MEIER, KLAUS (2006). “Newsroom, Newsdesk, crossmediales Arbeiten. Neue Modelle der Redaktionsorganisation und ihre Auswirkung auf die journalistische Qualität“, en Siegfried Weischenberg/Wiebke Loosen/Michael Beuthner (Hg.): *Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung*. Konstanz: UVK, S. 203–222.
- MEIER, KLAUS (2007a). *Journalistik*. Konstanz: UVK.
- MEIER, KLAUS (2007b). “Das Internet als Drehscheibe. Crossmediales Arbeiten in der Newsdesk-Redaktion“, en *Journalistik Journal*, Heft 1, S. 20f.
- MEIER, KLAUS (2007c): “Innovations in Central European Newsrooms: Overview and case study”, en *Journalism Practice*, Heft 1, S. 4–19.
- MEIER, KLAUS (2009): “Journalismus in Zeiten der Wirtschaftskrise. Neun Thesen zum Strukturwandel der Medien“, en *Journalistik Journal*, Heft 1, S. 14-17 (im Internet unter: journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=269);
- MEIER, KLAUS; BENEDIKT TUSHAUS (2006). “Echtzeit-Quoten. Klickzahlen im Online-Journalismus“, en *epd medien*, Nr. 56 vom 19.7., S. 3–7 (leicht verändert dokumentiert unter: www.onlinejournalismus.de/2006/08/03/im-quotenparadies).
- MILZ, ANNETTE (2007). “Vorneweg statt hinterher: Von der Redaktion zum Multimedia-dienstleister“, en Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hg.): *Zeitungen 2007*. Berlin: ZV Zeitungs-Verlag Service, S. 197–205.
- NEUBERGER, CHRISTOPH; JAN TONNEMACHER (HG.) (2003). *Online – Die Zukunft der Zeitung? Das Engagement deutscher Tageszeitungen im Internet*. 2. Auflage, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- OTTE, ROMANUS (2007). “Newsroom und Online-First. Die Neuausrichtung der Zeitungsgruppe Welt/Berliner Morgenpost“, en *Medienwirtschaft*, Heft 3, S. 49f.
- PRINZING, MARLIS/BLUM, ROGER (2007). “Keine Angst vor Bürgernähe. Für mehr Bodenhaftung in Europas Medienhäusern“, en *Neue Zürcher Zeitung vom 7.9.* (www.nzz.ch/nachrichten/medien/keine_angst_vor_buergernaehel.551611.html).
- PROBST, DANIELA (2007). *User Generated Content im Journalismus. Antworten auf eine neue Herausforderung*. Saarbrücken: VDM Verlag (Diplomarbeit, Studiengang Online-Journalismus, Hochschule Darmstadt).
- VAN EIMEREN, BIRGIT/RIDDER, CHRISTA-MARIA (2005). “Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2005. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation“, en *Media Perspektiven*, Heft 10, 490–504.
- VOIGT, WOLFGANG (2007). “Der ZDF-Newsroom – Struktur und Funktion einer Fernsehnachrichtenredaktion“, en *Medienwirtschaft*, Heft 3, S. 49–53.
- ZAW (2009). *Dossier Werbemarkt in Deutschland 2009-2010* (www.zaw.de/doc/Dossier_Deutscher_Werbemarkt_2010.pdf).

El Quijote de Shakespeare y otras reflexiones sobre la lectura y los libros

MIGUEL ÁNGEL MANRIQUE

Escritor y docente. Estudió literatura en la Universidad Nacional de Colombia, realizó una especialización en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona y es magíster en Educación de la Universidad Externado de Colombia. Es autor de artículos y ensayos sobre temas literarios, pedagógicos y culturales, así como de los libros de ficción *La mirada enferma* (2005) y *Disturbio* (2009), novela con la que obtuvo el Premio Nacional de Literatura del Ministerio de Cultura, en 2008. Actualmente es profesor de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la Universidad Externado de Colombia.
miguel.manrique@uexternado.edu.co



Los historiadores no tienen el genio poético misterioso de los escritores: son artesanos que trabajan dentro del taller de la historia.
Roger Chartier

RESUMEN

La presente entrevista se realizó en el marco de la 54 FERIA del Libro que se llevó a cabo en Porto Alegre, Brasil, en noviembre de 2008. El profesor Chartier es un hombre de maneras sencillas y amables. A pesar de los 28 grados centígrados de temperatura que hacía en la ciudad, llegó de traje y corbata, dijo no sentirse bien de vestido de otra forma. Es apasionado de Borges y Shakespeare, tiene una esposa que se dedica a la investigación en pedagogía, una hija que sigue sus pasos en Italia y un hijo que trabaja en un circo.

Palabras claves: Oralidad, Escritura, Memoria, Shakespeare

ABSTRACT

This interview took place during the 54th Book Fair held in Porto Alegre, Brazil, in November 2008. Professor Chartier is a man of simple manners and polite. In the city, the temperature was 28° C. However, Chartier wore suit and tie. He said this is the only way he feels comfortably. Chartier loves the works of Borges and Shakespeare. His wife and his daughter are dedicated to the research in education. His son works in a circus.

Keywords: Oral, Writing, Memory, Shakespeare

La conversación con el profesor Roger Chartier, historiador de la cuarta generación de la Escuela de los *Annales*, giró en torno a temas relacionados con la historia de la cultura escrita. El profesor Chartier habló de la importancia de estudiar fenómenos históricos particulares, como las obras literarias, para comprender cómo la cultura occidental moderna se las ha apropiado a través de la lectura. Explicó, también, la diferencia que hay entre el libro como obra (lo que trasciende) y el libro como objeto (sus diferentes formas de materialización impresa o electrónica). Contó cómo evolucionaron la oralidad y las artes de la memoria, mediante el desarrollo de dispositivos como las grabadoras y los computadores. Discutió sobre la transformación histórica de géneros literarios como el teatro y la novela. Expuso su interés por estudiar las obras perdidas del teatro isabelino, en especial por las obras de William Shakespeare, estableciendo una relación entre este autor inglés y el español Miguel de Cervantes Saavedra, a partir del *Cardenio*.

Resulta de gran interés para los historiadores, escritores, críticos literarios y en general, para los hombres que estudian la cultura escrita, saber que la Historia de Cardenio, que inicia en el capítulo XXIII de *Don Quijote*, vinculada a las aventuras del caballero andante en Sierra Morena, fue transformada por Shakespeare en una obra de teatro que estuvo desaparecida por trescientos años¹. Finalmente, el profesor Chartier habló de quiénes fueron sus principales maestros.

LA ILUSIÓN BIOGRÁFICA

Profesor Chartier, me gustaría comenzar esta entrevista preguntando ¿quién es Roger Chartier?

No me gusta hablar de mí, pero vamos a llamar a Borges.

La recepción de su obra en América Latina, en países como México, Colombia, Brasil, es amplia. Yo creo que sus trabajos sobre cultura escrita, historia y literatura son muy apreciados en nuestros países. ¿Quién es el hombre detrás de esas ideas?

Bueno, entonces vamos a hablar de Roger Chartier. Para responder a esta pregunta voy a citar un magnífico ensayo de Pierre Bourdieu llamado “La ilusión biográfica”. Cuando la gente habla de sí misma, realiza dos operaciones, inclusive incons-

cientes y, algunas veces, conscientes. La primera, es leer o establecer una forma de necesidad donde, de hecho, las elecciones de temas, de carreras, de encuentros, se ligan con el azar, con las circunstancias, con lo improbable y con lo inesperado. Pero en el relato de vida supone que esto se ha construido como una continuidad, como una necesidad, y de ahí estas biografías ridículas que dicen que desde la infancia todo ya está preparado para que el individuo sea presidente de los Estados Unidos o el gran escritor de su tiempo. Cada uno cae, casi necesariamente, en esta idea de una maratón biográfica en la que debe encadenar secuencias.

La segunda operación para hablar de la ilusión biográfica, puede ser romántica de corazón aunque no intelectual, porque pienso que, como en los siglos XVI y XVII, las cosas se inventan dentro de trayectorias compartidas. Pero, evidentemente, toda la presión para construir las biografías de algunos escritores supone que olvidan que hay como un genio particular que se destaca de todo el mundo. No es el caso de los historiadores. Las evoluciones, inclusive si hay figuras destacadas, no sé, Michelet, los historiadores de los *Annales*, tienen un *star system* que sería absurdo negar. Pero la historia también es una serie de desplazamientos temáticos, metodológicos, compartida por generaciones o por una tradición disciplinaria o por una tradición nacional. Y cada vez una obra particular puede desplazar, inventar o proponer una perspectiva, pero dentro del establecimiento. Si hubiéramos hecho esta entrevista en los años setenta, sería diferente, porque en ese momento el paradigma de la historia cultural en Francia era dominado por fuentes masivas, búsqueda de la representatividad, el uso de las estadísticas y había una historia del libro muy útil. He contribuido a esto, a fundamentar sobre estos temas. Y en los años ochenta, noventa, por la lectura de, no sé, obras de Darnton, Carlo Ginzburg, por la crítica interna a esta tradición, porque algunas veces los problemas más fundamentales no tienen una respuesta estadística.

Esto porque se cuentan los libros y de esta manera había que discutir que la gente tenía de cinco mil libros, pero después había que responder a otras preguntas que la historia serial y cuantitativa deja abiertas, sin responder posiblemente. Y esto fue compartido por los historiadores del mundo social que se volvieron a casos individuales, siguiendo la microhistoria italiana, de deducción del objeto estudiado o criticando, dentro de la tradición de los *Annales*, la perspectiva dominadora y haciendo hincapié en las apropiaciones más que en las distribuciones. Haciendo hincapié en la lectura de los textos más que en la cuantificación de los libros.

.....
1. Recientemente los medios informaron que el *Cardenio*, obra de Shakespeare que estuvo perdida durante trescientos años, apareció. Véase: *El Tiempo*, Bogotá, 16 de marzo de 2010.

Todo esto abría un espacio en el cual yo ubiqué esta relación, un poco particular, porque viene de una historia social de la cultura. Pero, no sé, por casualidad he tenido la posibilidad de manejar las disciplinas más técnicas, como la bibliografía material, como la historia de la cultura escrita y con gusto leyendo unos autores más que otros. Así como entrar en un mundo de la crítica literaria y discutir siempre con los colegas españoles, que son, en general, a la vez historiadores de la literatura, pero de una historia muy semiológica. Muy interesada por los problemas de la circulación y la recepción. Francisco Rico o la tradición anglosajona, de una historia de los textos basada sobre la disciplina bibliográfica, que se ha abierto a toda una manera de pensar la relación entre los discursos que tienen un fin estético y las prácticas, las normas, los mitos y las prácticas del mundo social.

Entonces, esta mezcla, estos cruzamientos de disciplinas que se ignoran, más o menos, una historia social de la cultura, las disciplinas técnicas del estudio de la cultura escrita, y un interrogante de cómo se debe leer el texto literario, ha definido una forma particular de mi propio trabajo dentro de un desplazamiento absolutamente colectivo. Tal vez esto es lo que le interesa a la gente, porque la recepción en España, en América Latina, en los

Estados Unidos es una recepción que atañe a los historiadores que se han interesado por la tradición francesa, que está un poco agotada, pero que sigue siendo de algún interés para la literatura. La literatura de los escritores contemporáneos y la dimensión de la literatura en el Siglo de Oro, los clásicos canónicos de la tradición de la literatura en la lengua castellana, catalana y el mundo de las bibliotecas.

Porque, en este caso, hay un impacto muy grande en la discusión sobre qué es una biblioteca. Se debe contestar primero qué es un libro para saber qué es una biblioteca. Y la recepción, por tanto, de este entrecruzamiento puede interesar a gente de las bibliotecas, de las escuelas, de las aulas, del teatro o a los escritores. Me parece que esto representa la razón que explica el interés, también casualidad; si no hubiera quien tradujera los libros relativamente temprano, la situación sería diferente. Aquí he tenido una recepción, porque he corrido con la suerte de tener muchos libros en castellano o en portugués. Otros historiadores han escrito sobre temas importantes pero no han tenido el mismo contacto con este mundo latinoamericano. Porque no han encontrado a un editor que quiera publicar sus textos, o porque no han encontrado a alguien que podría ser como un mediador, no tienen tantos textos traducidos. No significa que sean menos interesantes.

QUIÉN ES ROGER CHARTIER

Roger Chartier nació en Lyon en 1945, se formó como historiador en la Universidad de la Sorbona, de París. Fue profesor en el Instituto Louis-le-Grand y en la Universidad de París, así como director de estudios en la Escuela Superior de Estudios en Ciencias Sociales. En 2006 fue nombrado profesor del *Collège de France*. Por sus estudios ha recibido diferentes distinciones y reconocimientos académicos. El profesor Chartier es uno de los grandes especialistas europeos en estudios sobre historia de la escritura en la cultura moderna. Entre sus muchas obras se destacan: *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación* (1983-1990), *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna* (1987-1991), *Sociedad y escritura en la Época Moderna. La cultura como apropiación* (1995), *Historia de la lectura en el mundo occidental* (1998, con G. Cavallo), *Escribir las prácticas. Foucault, De Certeau, Marin* (1991) y *Cultura escrita, literatura e historia* (1999).

LA CULTURA ESCRITA

Hábleme de su interés por la historia de la escritura, ¿cuál es su importancia en la cultura moderna?

Lo que me sugiere esta pregunta, es que debemos ubicarnos en una perspectiva a la vez de larga duración y muy amplia, que es la perspectiva de una historia de la cultura escrita. Otros objetos más particulares, como la historia de la literatura, que es una forma de producción escrita, está vinculada por diversas razones con las prácticas y los productos de la escritura que no tiene un fin estético; o la historia de la lectura, que se ha desarrollado en los últimos años, también es una parte de esta parte de la historia de la cultura escrita.

En este sentido, me parece que la contribución de la historia de la cultura escrita abarca aproximaciones, tales como la historia de los géneros literarios, la historia de las modalidades sucesivas de la lectura, la historia de las comunidades de lectores, la historia de la edición, la historia de la relación en cada momento después del siglo xv, entre la estructura impresa y la estructura manuscrita; todos son temas inmensos e infinitos, dentro de esta categoría de la historia de la cultura escrita.

La publicación en la década de los noventa y durante esta primera década del siglo XXI, de libros sobre la historia de la cultura escrita hace evidente la importancia de este tema en el mundo. ¿Por qué es tan significativo para la cultura occidental, para Francia, incluso para América Latina, para Colombia, en donde se han traducido algunos de sus libros? ¿Por qué es vigente estudiar la escritura?

Por dos razones. La primera, porque cambió profundamente la cultura de la escritura. Cambió a partir del momento en que una nueva técnica de inscripción, transmisión y apropiación de los textos, se estableció con el mundo digital. Esto planteó una serie de problemas, no de competencia con la cultura escrita, que era el tema clásico de MacLuhan, quien afirmaba que el cine, la televisión, eran competidores de la cultura escrita, de la galaxia de Gutenberg. Hoy en día, los problemas son totalmente diferentes.

Por una parte, es el mismo ejercicio de competencia entre las imágenes de la televisión o de la computadora frente a los textos escritos; por otra parte, más profundamente, es la transformación de las pantallas que hoy son pantallas de textos, de una infinidad de textos. De esta manera, lo que cambia es la relación de un lector con un texto cuando está al frente de la pantalla, o la relación de un escritor, cuando compone un texto de manera electrónica. Es un cambio radical dentro de la cultura escrita. Es una primera razón para desarrollar una aproximación histórica que permite ubicar correctamente las transformaciones de las continuidades que se ligan con la textualidad digital.

La segunda razón es que en muchos países existe todavía un analfabetismo fuerte, que puede empezar con la imposibilidad de leer y escribir y de ahí que se realicen en todas partes del mundo las campañas de alfabetización. Creo que más allá de esto puede también ligarse con una competencia del escribir, pero que es muy funcional, únicamente para las necesidades más inmediatas de la vida y que no permite a estos alfabetizados entrar en el mundo de los textos para apropiarse de textos que están más allá de esta forma esencial, rudimentaria del conocimiento, del aprendizaje de la lectura y de la escritura. Es una cuestión a nivel del planeta entero, con todas estas partes del mundo en que sea el analfabetismo, o sea el analfabetismo funcional evidente, o en las sociedades occidentales cuando se plantea el tema del retroceso de la lectura, de la dificultad para muchos lectores alfabetizados de entrar en textos demasiados complejos. Son estas dos vertientes las

Debemos ubicarnos en una perspectiva a la vez de larga duración y muy amplia, que es la perspectiva de una historia de la cultura escrita

que me parecen la preocupación contemporánea y, más que todo, para los problemas de la cultura escrita y de la producción textual y de la lectura.

EL LIBRO COMO OBJETO Y EL LIBRO COMO OBRA

Existe una diferencia entre el libro como objeto y el libro como obra, importante para entender la trascendencia de los contenidos en diferentes soportes materiales a través de la historia. ¿Me podría ampliar más esa diferencia?

Cuando se anuncia siempre de manera repetida el discurso: “va a morir el libro”, “está muerto el libro”, es una cuestión a la vez legítima pero un poco excesiva. No sé discriminar suficientemente los dos elementos que definen para nosotros un libro. Pero sé que podemos encontrar el tema en la tradición de las luces, cuando Kant se planteaba la cuestión. Kant explicaba, explícitamente, lo que es un libro. En *La metafísica de las costumbres*, parte esencial del derecho, dice que un libro es un *opus mechanicus*, un objeto material que resulta del trabajo de producción mecánica y que pertenece a quien lo ha comprado. Y dice también que un libro es un discurso dirigido al público, que trasciende la existencia material particular de cada una de sus encarnaciones y que pertenece a quien lo ha escrito. En este orden de ideas, estaría planteada la desaparición posible del libro como objeto, cuando vemos más y más géneros y textos adquirir una existencia electrónica y la dificultad de mantener la distinción del libro como obra que no se ligue a una forma material particular.

Los diálogos de Platón o las tragedias de Sófocles han existido en forma de rollos en la antigüedad, han sido copiados en forma de manuscritos, han existido en una infinita serie de ediciones impresas que, hoy en día, se pueden leer frente a la pantalla y, sin embargo, estamos designando estos textos como los *Diálogos* de Platón o tragedias de Sófocles. De esta manera hay una existencia trascendental de la obra en relación con todas sus formas posibles de materialización. Pero cuando esta transformación encuentra la forma electrónica, evidentemente, hay criterios de percepción, de apropiación de las obras como libro; dentro

Un mismo libro puede abarcar diversas obras, obras completas, como hacemos hoy en día. Esto ha sido desafiado por el mundo electrónico, porque el concepto abstracto de obra que puede decirse a través de la palabra libro, no corresponde más a este objeto material

de los libros como obras, se transformaron. Y, por ejemplo, la materialidad del libro impreso, daba al lector inmediatamente una percepción de la coherencia, la identidad, a la importancia de la obra, le asignaba un nombre propio, que era el nombre del autor, y si el lector quería o no quería leer todas las páginas; sin embargo, debía o podía inconscientemente, inclusive, recibir la obra como tal, a través de la forma material adecuada a esta obra.

No era el caso con el rollo de antigüedad porque, como contenido textual, un rollo era más limitado que el contenido textual de un *codex*, o la misma obra estaba dividida en una serie de rollos. La invención del *codex*, a partir de los siglos II, III y IV de la era cristiana, es al revés. Es decir, que un mismo libro puede abarcar diversas obras, obras completas, como hacemos hoy en día. Esto ha sido desafiado por el mundo electrónico, porque el concepto abstracto de obra que puede decirse a través de la palabra libro, no corresponde más a este objeto material. Y de ahí, para mí, lo más importante es la separación radical entre el fragmento unido y la difícil, sino imposible, percepción de la totalidad textual en la cual este fragmento se encontró.

Así que las dos preguntas son legítimas. ¿Va a desaparecer el libro como objeto material en relación con los textos electrónicos? Sería una primera discusión. Porque, según los géneros discursivos, me parece que el diagnóstico no es exactamente el mismo de la segunda pregunta, que es tan legítima como la primera: ¿van a desaparecer los criterios que nosotros designamos con la palabra libro, pero que no se refieren a la materialidad del objeto? Se refieren a la obra. Pero a la obra percibida a través de la materialidad de objeto, de qué va a suceder con los libros de historia, los ensayos filosóficos o las novelas, cuando adquieren una existencia electrónica que hace mucho más difícil la percepción por parte del lector de la obra como tal.

Ahora el tema de qué es un libro. En el siglo XVI y XVII, en el Siglo de Oro, había otra metáfora que comparaba al libro con un ser humano. Es decir, que tiene un alma y un cuerpo. El alma es la doctrina, el contenido textual. Pero ya dado en

una forma que implica la intervención de maestro impresor corrector, del contenido del tipógrafo y tiene un cuerpo, que es la encuadernación, que es la forma material, que resulta del trabajo de la prensa y del trabajo de la encuadernación. Y hay muchos textos de los siglos XVI y XVII que invierten la metáfora clásica que era describir el cuerpo humano como si fuera un libro: el rostro, el cuerpo. Aquí la metáfora está invertida: es el libro el que está descrito como un cuerpo humano. En castellano funciona bien esta metáfora, porque el cuerpo puede designar a la vez el cuerpo humano y los ejemplares de una edición. De esta manera, es una perspectiva de mucha derivación, de pensar esta dualidad, el cuerpo y el alma, el *opus mechanicus* y el discurso. Se plantea de una manera nueva, porque el cuerpo y el alma, se puede decir, están disociados, el único cuerpo de esta alma del texto de hoy es la computadora, pero es un cuerpo que sirve para muchas almas, para todas aquellas que se encuentran en el mismo objeto, mientras que, tradicionalmente, a cada discurso su *opus*, a cada alma textual su cuerpo.

LAS ARTES DE LA MEMORIA

En ese contexto ¿qué pasa con conceptos ligados a la historia de la escritura y el libro, como la oralidad, la memoria y el lenguaje?

Hay una voluntad, de cierta manera, de vuelta a la oralidad. Lo vemos en diversos elementos, como las obras grabadas y escuchadas o las cintas que permiten a la gente que no puede leer, como los ciegos. Pero también para la gente que quiere escuchar un texto, oír un texto durante el viaje en el coche. O simplemente, porque la voz pertenece, si es un género poético o inclusive narrativo. Lo vemos con una nueva importancia en las lecturas por parte de autores, de sus obras, en las bibliotecas o en las librerías. Y existe como cierta nostalgia de una oralidad perdida y esfuerzos para reconstruirla. Lo que significa que la historia de la perduración había reducido las relaciones entre oralidad y textualidad.

La idea, de la primera época moderna, de la lectura en voz alta, es una práctica omnipresente, es una práctica que se liga con otros géneros textuales y no únicamente con la poesía. Una práctica en la que se leían en voz alta novelas de galerías, como la novela de *El curioso impertinente*, se leían libros de historia, en Francia se leían en el siglo XVII libros de los moralistas, como La Bruyère. Es decir, que había una fuerte relación entre el texto construido para, no únicamente sino de una manera fundamental, una voz que va a leerlo. Era la antigua tradición de las inscripciones griegas de las sepulturas, en las

que el texto se dirige al que está parado frente a él y le pide su voz para que exista. Todavía esta presencia se daba en el siglo XIX, pero a finales de este siglo las situaciones de lectura en voz alta se han reducido, se han limitado a la escuela. Para controlar la capacidad de leer silenciosamente se pedía a los alumnos leer en voz alta. Se ha limitado a una relación entre padres adultos y niños, y en otras circunstancias más formales.

Lectures, las conferencias en inglés, se definen como *lectures* y, no sé, en el tribunal, en la iglesia y en el aula, se lee en voz alta, pero ha desaparecido de la sociabilidad común. Llega el caso hasta los siglos XVI, XVII y XVIII. Es una primera evolución histórica contra la cual estas formas de lectura en voz alta, grabadas, o en vivo, reaccionan. La otra dimensión del problema no era la transmisión oral de textos escritos: era la transcripción escrita de textos orales que es toda la entrada, pero muy temprano, dentro de los cancioneros o los pliegos de cordel, de una forma de poesía “popular”, de tradición oral, tal como en el mundo de lengua castellana, el romance.

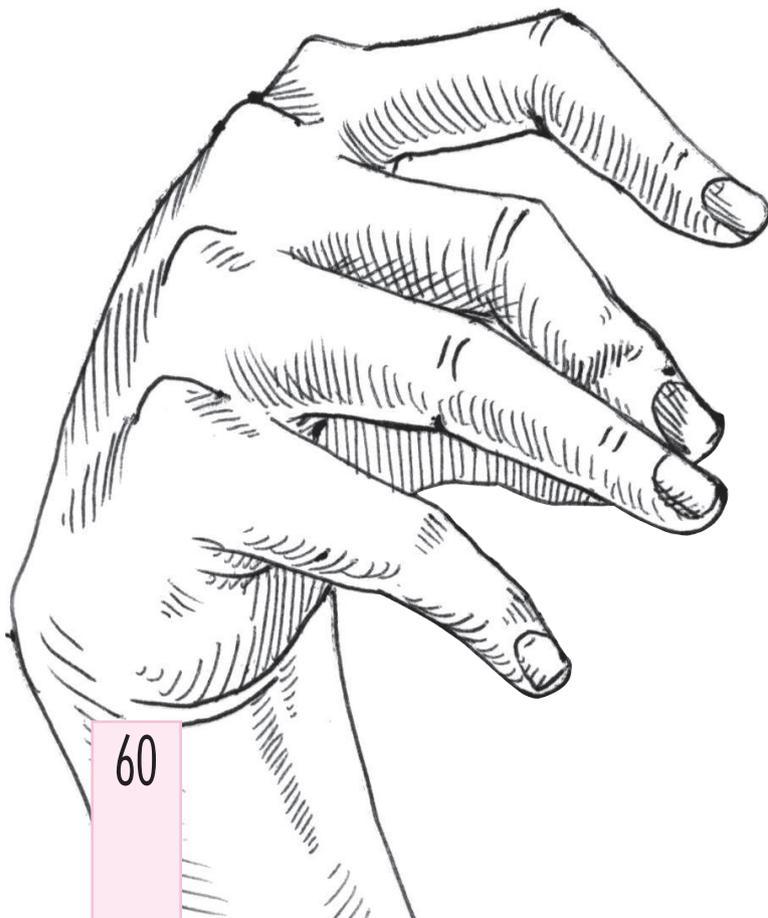
Está este tema de la transcripción escrita de la palabra. Tal vez hoy en día se encuentra menos vinculada con los géneros más populares, porque los etnólogos han construido todos estos repertorios de cuentos, de refranes, de romances, que no riñen con la palabra académica. La transcripción de los cursos de Foucault, la transcripción de los seminarios de Lacan, y hay más y más transcripción escrita de palabras vivas que podrían tener

una forma escrita, para empezar, pero que fueron pronunciadas como una palabra viva, que hoy en día a partir de las grabaciones y a partir de los apuntes, se publican. A veces la otra forma de retorno, la idea de que hay una comunicación de conocimientos y no únicamente de la belleza, a través de la palabra viva y que se vuelve parte de la obra del autor, lo que ha dicho y no únicamente lo que ha escrito. Esto para la oralidad.

Para la memoria, la evolución de la grabación será la que más y más fue objetivada. Hoy en día, la memoria está en las computadoras, ya la gente compite por una memoria más impactante en su alcance. La diferencia entre las computadoras va ligada a la capacidad de memoria. Si vamos a la antigüedad griega, romana y a la Edad Media, cuando la memoria estaba dentro del individuo, había una multiplicación de los métodos nemotécnicos, que permitían almacenar, dentro de la mente del individuo, citas, sentencias, textos enteros, para nosotros ahora, parece un poco extraordinario. Pero era una técnica que permitía incorporar dentro de los lugares de la memoria, lugares en un sentido a la vez metafórico y material. El almacenar de las cosas memorizadas, era una operación organizada dentro de la mente, según la arquitectura, como si hubiese un palacio con diversas salas, como si fuera una ciudad con diversos edificios y a cada uno correspondía una temática y dentro de esta temática el individuo; por un ejercicio mental, ubicaba los textos que había leído. Son técnicas conocidas como artes de la memoria en la antigüedad y desde la Edad Media hasta el Renacimiento.

Hay un momento cuando la memoria es exclusivamente mental y hay otro momento cuando la memoria es como una delegada, o una prótesis, como la memoria de la computadora. Se presenta otro momento cuando la relación memoria-escritura se establece a partir de aliviar la tarea de memorización de las artes de la memoria y utilizar el mundo de los libros manuscritos y después impresos, como lugares de memoria. Hay una ambivalencia de la memoria: es a la vez necesaria y peligrosa. Es

“Hoy en día, la memoria está en las computadoras, ya la gente compite por una memoria más impactante en su alcance. La diferencia entre las computadoras va ligada a la capacidad de memoria”





necesaria porque corresponde a la respuesta de la pérdida, de la desaparición, del olvido, de lo que va a faltar. Esta memoria es como un esfuerzo por mantener esta prudencia de lo que no se debe olvidar, de lo que no debe desaparecer.

Al mismo tiempo, Borges, en “Funes el memorioso”, dice que la memoria puede ser una parálisis. Funes puede aprender cosas, pero no puede hacer un razonamiento, porque, cuando se acuerda de una hoja y de sus detalles, necesita de un día para acordarse de todo lo que hace. Es una parálisis de la capacidad de abstracción, de la capacidad de construir, a partir de la infinita probabilidad del universo de categorías universales, que se pueden movilizar para pensar y no únicamente para memorizar. Este temor antes de Borges, fue recibido como el exceso de memoria, como la parálisis de la memoria y de ahí este proceso de delegación a los libros impresos. Hoy en día, se apela a la memoria de la computadora para que la mente no sea como estas arquitecturas medievales saturadas de textos, pero pueda ser movilizada para producir un razonamiento analítico.

En este sentido, el exceso de información también se puede entender como una parálisis.

Claro, lo que digo para la memoria vale para los textos y para la información. Es la contradicción del miedo a la pérdida y, de ahí, la búsqueda de los manuscritos, la construcción de las bibliotecas universales y la voluntad de resca-

tar todos los textos que pronuncia el escritor, es el sueño de los Ptolomeos en Alejandría. Cada vez que un barco entraba, confiscaban los libros y les hacían copia. Este sueño ha atravesado toda la era moderna, hasta hoy en día, cuando las bibliotecas electrónicas quieren transformarse en bibliotecas universales. De todas maneras, ya los esfuerzos para ir en contra de la pérdida son bien pocos, en las mismas sociedades, en medio del exceso: textos indomables, desorden del discurso, cultura escrita que no se puede tomar, que no se puede controlar, que no se puede utilizar y de ahí toda una serie de normas para poner en orden el discurso. Ese es era el título de la lección inaugural de Foucault.

Así, por un lado, se tiene la proliferación de los discursos y, por otro, la rarefacción de los discursos. Y el procedimiento para darle coherencia a este enrarecimiento es construir un orden del discurso. En las utopías del siglo XVIII a menudo hay un solo libro: un solo libro es suficiente para abarcar todo el saber útil del mundo. En el siglo XIX, en las escuelas se piensa que el libro de lectura puede ser el libro de los libros, con fragmentos de geografía o historia.

Como el concepto de enciclopedia.

Sí, pero la enciclopedia podría ser la agregación de la totalidad de un saber. O puede ser una forma de, como se decía en el siglo XVIII, extractos de espíritus, antologías; en las utopías, un solo libro; en la escuela, el libro de texto y así con todos los géneros que intentan dar formas anto-

lógicas de los saberes. De ahí la intención, dentro del proyecto enciclopédico, de la acumulación y, de ahí, en los siglos XIX y XX, las enciclopedias cada vez más voluminosas, en el sentido de la palabra, por el volumen, una *húbris* del enciclopedismo y, por otro lado, todos los géneros que se dedican a extraer lo más esencial del conocimiento del saber, para proponer al lector que no van a ser aplastados o enciclopédicos.

EL IMPERIALISMO LINGÜÍSTICO

Aunque los historiadores responden a preguntas más particulares, cuando usted hablaba de las transformaciones culturales del libro, de la oralidad y de la memoria, surgen otras preguntas ligadas a estos procesos: ¿qué pasa, por ejemplo, con el lenguaje y el pensamiento?

Me gustaría como historiador responder, por ejemplo, cuándo se publicaron las primeras ediciones de Shakespeare. Únicamente para ver la situación contemporánea, hay dos elementos que se ligan con el mundo electrónico. El primero es, evidentemente, la búsqueda de una lengua universal. Según el modelo de las lenguas universales del siglo XIX, cuando se inventaron todas estas lenguas, como el esperanto, el volapük y una serie de lenguas artificiales que debían estar en el lugar de una lengua universal. Existe siempre esta obsesión o este sueño.

Hay dos maneras de lograr esto en el mundo de las computadoras. Una, introduciendo un lenguaje gráfico. Los *emoticons*, en las computadoras, permiten indicar un registro de recepción, cómico, irónico, trágico. Estoy hablando de estas pequeñas caras que se hacen cuando se escribe en los *chats*. Es un poco, de una manera más seria, lo que se hace cuando se pensaba que una lengua universal debía utilizar signos organizados con tablas. Se tenía la prudencia marginal, parcial, de encontrar un lenguaje universal de las emociones. Mientras que en el siglo XVIII el interés era encontrar un lenguaje universal del pensamiento sobre la idea de imponer un lenguaje matemático que utilizara signos compartidos por la humanidad, para intentar formalizar los procederes del pensamiento.

La segunda vía, más clásica, es la introducción de una lengua que se transforma en una lengua universal, el inglés, o un cierto tipo de inglés, como comunicación universal, no solo en la computadora sino también en muchos de los intercambios intelectuales y científicos. Es un poco la idea del griego en la antigüedad o del latín en la Edad Media, una lengua que no es hablada por nadie pero que puede ser hablada, cuando se da una situación de comunicación que está más allá de las diversas lenguas particulares, inclusive, en un cierto sentido el inglés porque es un inglés que tiene sus formas particulares, su simplificación; este sería el segundo giro de tuerca en la búsqueda de una lengua universal.

Tres observaciones. La primera, es que todo esto se impone a una forma, de lo que Emilia Ferreira ha calificado como imperialismo gráfico. Porque en muchos casos, con los sistemas de las computadoras, modelados sobre el inglés, que es una lengua sin acentos y sin tildes, hay un imperialismo gráfico que se impone sobre las otras lenguas; obligando, de una manera muy compleja, a suprimir los acentos del francés y del castellano. Es una forma peligrosa, más allá de la idea de que se establece un medio de comunicación. Hay un efecto sobre la escritura y la grafía misma de las lenguas.

La segunda, es que ya hay un efecto sobre el inglés mismo, con el uso de las abreviaciones o después en las diversas lenguas, frente a la computadora, y aun más cuando se introduce la comunicación de los textos escritos en los móviles telefónicos, que suponen una reducción fonética de la escritura.

Y la última observación, es la utopía de un hombre que está muy cansado. Se acuerda que es una proyección en el porvenir, de cómo está este mundo en el porvenir. Y el viajero es un viajero que entra en el futuro y en este momento el mundo ha regresado a una lengua única. Pero es un mundo aterrador ese mundo del porvenir, de la utopía de un hombre que está cansado, es un mundo sin libros, es un mundo en donde acaba en las cámaras de gas.

De esta manera, la idea de una reducción de la pluralidad lingüística a la dominación imperialista, que se paga de una sola lengua,

En las utopías del siglo XVIII a menudo hay un solo libro: un solo libro es suficiente para abarcar todo el saber útil del mundo. En el siglo XIX, en las escuelas se piensa que el libro de lectura puede ser el libro de los libros, con fragmentos de geografía o historia

es una pérdida considerable. Pero entonces, a partir ahí, se deben deducir acciones críticas, esfuerzos que van en todas las direcciones, pedagógicas, para que la gente pueda aprender lenguas pasivas, de manera que cada uno pueda, dentro de ciertos límites, utilizar su propia lengua y ser comprendido sin necesidad de hablar la lengua de los que comprenden.

Es grande el esfuerzo que se ha hecho para respetar la pluralidad lingüística en los congresos, en las diversas instituciones. Pienso que para alguien que habla castellano la perspectiva es un poco diferente, porque es una lengua, la única que compite en cierto sentido con el inglés, por la población que habla español, por la importancia de la producción intelectual y literaria, que están para todas las obras inclusive en francés.

Hay un problema realmente de relevancia como lengua de comunicación o inclusive como lo vemos en la revistas más científicas, con la lengua de escritura. Hay muchas revistas que se escriben únicamente en inglés y esto es importante para las disciplinas de las ciencias humanas, en las cuales la manera de escribir es parte integrante de la manera de pensar. Me parece que aquí hay una consecuencia política de traducciones, nadie puede conocer todas las lenguas del mundo, de esta manera la traducción es un elemento clave.

Veo el problema de la lengua de esta manera, es decir, una transformación gráfica, sintáctica, gramática, léxica y la dominación de un imperialismo lingüístico que se esclarece inclusive cuando la lengua escrita no es el inglés sino la otra lengua, pero que se escribe como si fuera inglés. Y también está el problema, que era el tema de un libro de Umberto Eco, de la defensa de un pluralismo lingüístico, pero que supone que no va a existir por la buena voluntad de los individuos, que implica esfuerzos políticos, pedagógicos, editoriales e intelectuales. Esta sería una vertiente de la cuestión entre cultura escrita y lengua.

LA TRANSFORMACIÓN DE LOS GÉNEROS LITERARIOS

El hecho de que ya no existan tantas obras de teatro, el hecho de que a veces se hable de la muerte de la novela, el hecho de que ya la poesía no tenga tanto impacto cultural, me sugiere lo siguiente: ¿hay alguna explicación histórica para comprender la relación entre el desarrollo de la cultura escrita y la aparición y desaparición de los géneros literarios?

No sé, es una buena pregunta a la cual hay que darle una buena mirada histórica desde los

géneros. Podemos decir que la matriz está establecida desde la antigüedad y el repertorio canónico de los géneros está establecido desde la historia. *La poética* y el libro buscado en *El nombre de la rosa*, que es una comedia. Aunque los géneros están más o menos establecidos, hay una serie de evoluciones muy importantes.

La primera tiene una relación entre momentos históricos o sociedades históricas y la dominación de tal y tal género, particularmente, si se piensa en la capacidad de los géneros de plasmar representaciones colectivas. Si pensamos en los siglos XVI y XVIII, en Inglaterra y España, la comedia o el teatro como una actividad, como en el cine de hoy, a la que asistía mucha gente que no necesariamente sabía leer ni escribir y, sin embargo, en los corrales de la comedia encontraba los temas más fundamentales sobre el poder, las relaciones entre los seres y las pasiones.

Se ve que aquí había una fuerza pero al mismo tiempo se puede decir que no sucedía lo mismo en Francia. El teatro, en el mismo período, se mantiene más como un teatro de la corte, un teatro de los colegios. En París sí hay en el siglo XVII, con Molière evidentemente, salas cerradas, pero que no corresponden, de ninguna manera, al inmenso público. Hay dos mil o tres mil en *El globo* de Londres. Así que, en el mismo período,

hay países que tienen muchas semejanzas en un cierto sentido y unas diferencias que otorgan al teatro un papel particular en el mundo español, en Castilla, en Aragón, en Portugal. En Inglaterra hay una variación interesante que supone toda una investigación para explicarla. Considero que en el caso inglés hay una relación conflictiva o de apropiación entre el teatro y la iglesia; la referencia bíblica y naturalmente la Biblia traducida en inglés como un zócalo común.

Por ejemplo, en el siglo XIX la fuerza de la novela se liga en toda Europa occidental con la multiplicación de las formas de publicación. A partir del momento en que la misma novela aparece cada semana, cada día, en el periódico, surgen las publicaciones por entregas, emergen los fascículos sucesivos, aparecen los libros para los gabinetes de lectura, en donde se dividían las obras para poder darlas en préstamo a diversos lectores pero de manera fragmentada. La antología aparecía desde el siglo XVIII en formas abreviadas. Nadie ha leído las novelas de Richardson. Mucha gente ha leído textos abreviados de Richardson o lo que constituía el repertorio de las bibliotecas populares. Surgieron iniciativas editoriales en Francia, en Inglaterra y España para proponer la lectura de los clásicos en formas baratas, en series homogéneas que permitían a los lectores populares comprar a bajo precio y, finalmente, la aparición

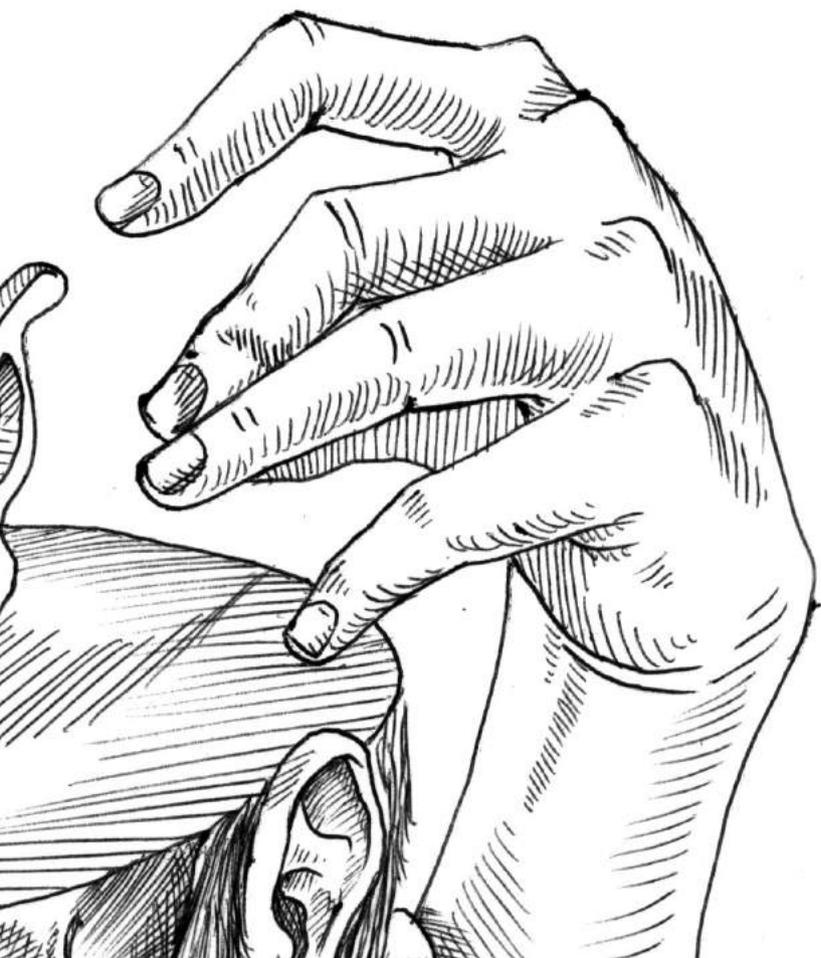
de la construcción del saco de lectura; el escritor, el novelista fue consagrado como rey.

Todo esto explica por qué la novela sustituyó al teatro, que era importante, como género capaz de plasmar la representación colectiva. Hasta tal punto, que hay un estudio reciente sobre las cartas mandadas a algunos de los novelistas, Balzac, Eugene Sue, el autor de *Los misterios de París*. La gente escribía estas cartas utilizando el léxico y las intrigas, para expresar su propia vida en la lengua de la ficción, de la manera más auténtica. Y esta paradoja es una ilustración de la fuerza de la novela.

Pero, ahora, aquí hay una relación claramente con la omnipresencia de la novela. A través de los siglos XVI y XVII había una omnipresencia teatral por una circulación más limitada de los textos narrativos y, al revés, en el siglo XIX hay gente que va a los teatros, pero hay una omnipresencia de la novela porque está presente en todos los nuevos géneros editoriales. En la prensa, en las comunicaciones por entregas y en las colecciones populares. Entonces se ve que hay una primera definición y como segunda, la más fundamental, tal vez sería la idea que tenemos cuando hablamos de literatura. Hay una literatura griega y hay una literatura medieval. Pero el concepto de literatura, tal como lo construimos, supone, en general, una relación entre el texto y un autor, presume la originalidad de la obra, e implica la propiedad intelectual sobre la obra, consecuencia de los derechos de autor. Todo esto se fiscalizó en el siglo XVIII. Anteriormente, ni la palabra ni el concepto existían de la misma manera, es decir que el criterio de originalidad no era el primero si usted era escritor a partir de obras ya existentes. Se supone, hoy en día, que las historias pertenecen a cada uno, que no se puede aceptar una situación de plagio.

En el Siglo de Oro cada texto importante ha encontrado una continuación por un autor, que no era el autor de la primera parte. Caso del *Quijote* con Avellaneda, lo mismo con el *Guzmán de Alfarache* y con *La Celestina*. No se podía hacer un pleito como se haría hoy, por un robo de personajes o por el robo de una historia. Hoy las historias, los personajes y las intrigas, pertenecen a cada uno. Y se ve que, en el mundo literario de hoy en día, se da importancia al tema de los derechos de autor. Por eso se ven muchos pleitos de editores y autores contra el plagio, contra el *Down load* de la computadora. Es un mundo literario que tiene una dimensión económica fuerte, que tiene una concreción jurídica.

En el siglo XVII lo jurídico era únicamente lo que concernía a los libreros editores; cuando un librero editor tenía un privilegio o un *copyright* so-



Inclusive las palabras, las citas, las referencias no son personales. Es como otro mundo ideal. Esto para decir que estamos prisioneros de las palabras

bre una obra, los otros debían respetarlo; el texto era monopolizado durante un cierto período como un bien inmaterial, como una propiedad. Los autores no tenían ningún papel en esto, durante este siglo no recibían dinero, recibían ejemplares de las ediciones que le permitían buscar una protección, un mecenazgo. Se ve que es un mundo completamente diferente. Inclusive palabras que parecen tan originales no pertenecían a los autores: *to be or not to be* es un ejemplo de gramática de la época y se puede mostrar como Shakespeare está utilizando este tipo de lugares comunes. La diferencia es que los utiliza para producir un efecto poético, estético, político e intelectual fuerte, y aquí se introduce la diferenciación; no quiero decir que Shakespeare era tal como los otros autores, pero se debe, en primer lugar, estudiar más a Shakespeare dentro del mundo de su época.

¿Por qué ese interés por Shakespeare?

Inclusive las palabras, las citas, las referencias no son personales. Es como otro mundo ideal. Esto para decir que estamos prisioneros de las palabras. Para hablar, por ejemplo, de la literatura del Siglo de Oro, de la literatura de la Inglaterra isabelina, debemos siempre pensar la discontinuidad fundamental que se estableció con la ideología prerromántica y romántica de la literatura.

Hay una relación inmediata, transparente, entre la vida, la experiencia, los sufrimientos, las felicidades y la escritura. Es lo que fundamenta todas las biografías de los escritores. Se busca la vida en las obras, se busca la obra en la vida. La biografía más reciente de Shakespeare, por ejemplo la magnífica de Stephen Greenblatt, está basada sobre este principio. Pero si se lee, como lo hacía Greenblatt en otros trabajos, la condición de producción de los textos, naturalmente con otro género de tipos teatrales, en los siglos XVI y XVII, se leían todas las demandas de los directores, de las compañías, de los propietarios de los teatros, se buscan temas que ya han existido en una u otra forma, se escribe con una antología de lugares comunes; algunas veces no más que esto, otras veces sí hay una capacidad por parte del escritor. Puede ser Shakespeare.

¿Por qué el interés por Shakespeare? Porque efectivamente, cuando hay una ideología romántica, en un cierto sentido todo está resuelto al momento de empezar. Hay un genio singular del

escritor que se traduce en la belleza de su creación. Si se está en un mundo social de cada forma de escritura, la discusión se vuelve más complicada: ¿por qué Shakespeare y no Middleton?, ¿por qué Shakespeare y no Fletcher? Cuando no era necesariamente Shakespeare, Shakespeare, sí, vendía, pero no de la manera tan destacada como lo hizo después. Vendía textos pero la gente, a partir de cierto momento, puso el nombre de Shakespeare en las portadas inclusive de las obras que nunca había escrito, porque el nombre lo hacía atractivo. Lope de Vega se quejaba de que había muchas comedias que circulaban con su nombre y nunca las había escrito. De tal manera que el plagio era al revés, no era poner el nombre sobre un texto robado, sino difundir un texto con un nombre robado.

Entonces, pasando a Shakespeare, si se plantea esto como la continuidad de una forma individual dentro de un paradigma, en el cual la originalidad singular no es el primer elemento, se resuelve todo el tema de la construcción canónica de Shakespeare a partir de 1623, cuando dos de sus ex compañeros de la compañía teatral deciden reunir sus comedias, historias y tragedias. Si no lo hubieran hecho, sería otro Shakespeare; empujando por el hecho de que la mitad de las obras publicadas en 1623 nunca habían sido publicadas antes, es decir, era un continente de textos perdidos del mundo de la literatura.

LAS OBRAS PERDIDAS DE SHAKESPEARE

Cervantes y Shakespeare fueron autores contemporáneos. Sin embargo, parece que mientras Cervantes no tenía idea de Shakespeare, Shakespeare tenía conocimiento de Cervantes. ¿Cómo es eso? ¿Podría hablarme de las obras perdidas de Shakespeare?

Es que dentro de este continente de textos perdidos, como en el caso de la antigüedad griega, aquí conocemos algunos textos únicamente a partir de las citas de estos textos en otras obras, un universo de textos perdidos. En el caso del teatro isabelino se piensa que quizá el sesenta por ciento de las obras nunca fueron impresas. Cuando se compara el número de títulos que conocemos, de diversas maneras, y el número de las ediciones conservadas al menos con un ejemplar, se infie-

re que hay ediciones que posiblemente desaparecieron totalmente debido a su limitada tirada de 1.000 o 1.250 ejemplares, y que hay ediciones enteras que desaparecieron.

Pero en el caso de Shakespeare, sin el folio de 1623, la mitad de nuestro Shakespeare nunca había sido impreso. Había dieciocho obras impresas, de treinta y seis de ese primer folio, y dieciocho que nunca habían sido impresas. En ese caso se ve que la idea de los textos perdidos podía también ser aplicada a Shakespeare.

De los textos perdidos, menciono a dos: uno que no ha interesado mucho, se llama *Trabajos de amores perdidos*, que había claramente escrito Shakespeare, porque tenemos *Trabajos de amor ganados*, y que se entiende, porque el final de la última escena de *Trabajos de amor perdidos*, es como la apertura de una obra posterior, donde las doncellas vuelven a la corte de Francia, porque el rey falleció y claramente se puede esperar que van a volver a Navarra para encontrar a los príncipes enamorados.

El otro es *Cardenio*, de 1613, dos veces representado en la corte. En 1653 un librero quería protestar contra el cierre de los teatros, porque la revolución inglesa cierra los teatros a partir de 1642, para obtener propiedad de una serie inmensa de títulos y uno de los títulos es *Cardenio*, con los nombres de los dos autores, Fletcher y Shakespeare. A partir de este momento, el *Cardenio* perdido se volvió una obsesión dentro de la crítica shakesperiana. Si tuviéramos tres días más te podría contar cómo hoy en día hay gente que ha recuperado el *Cardenio*.

Pero lo más interesante es que *Cardenio* es un personaje, como se sabe, del Quijote, que participa en una intriga secundaria pero vinculada a las hazañas del caballero andante, que son los amores de *Cardenio* y *Lucinda*, y de su amigo *Fernando* y *Dorotea*, y que acompañan desde el capítulo de la Sierra Morena, hasta casi el final del libro, las aventuras de *Sancho* y de don Quijote. Porque don Quijote encuentra a *Cardenio*, que es un joven noble que por desesperanza de amor ha huido a la Sierra Morena, a donde don Quijote quiere entrar para hacer una forma de retiro, como *Amadís* o como *Orlando*, y lo ha encontrado. Después el cura y el barbero encuentran a *Cardenio*, encuentran a *Dorotea* y a *Fernando*, y las historias se mezclan.

¿Por qué en 1613 los dos dramaturgos, Fletcher y Shakespeare, han elegido el Quijote? ¿Por qué, si han elegido el Quijote, han elegido *Cardenio*? La razón de todo esto radica en problemas de recepción y apropiación de don Quijote. Este *Cardenio* perdido es un ejemplo, hay otras comedias que fueron escritas a partir del Quijo-

te. Y focalizando la atención general hasta mitad del siglo XVII sobre *Cardenio* y don Quijote apareciendo en una comedia de Guillén de Castro, en una obra francesa como un personaje cómico, que era como el gracioso de la comedia, pero la intriga fundamental era la historia de amores y desamores; finalmente todo acaba bien en la historia de *Cardenio*. Este es un tema.

El otro tema sería seguir esta historia de la obra perdida, hasta ahora, dentro del marco de la crítica shakesperiana o de la producción teatral ficcional inglesa. En el siglo XVIII, a partir de 1709, hay una serie de ediciones de las obras completas de William Shakespeare. Las dos primeras en 1609 y 1625 y la segunda, de Alexander Pope, quien fue uno de los editores.

El tercer editor, llamado Lewis Theobald, publicó en 1733 las obras de Shakespeare, desde una rama filológica muy interesante, volviendo a los textos originales. Theobald es un filólogo y editor destacado para la historia de la edición crítica y la historia de la filología. En 1727 hizo representar una obra teatral que conocida como *La doble traición*, que pretendía estar fundada sobre tres manuscritos y era una obra perdida de Shakespeare. Esta obra narra los amores y desamores de *Cardenio* y *Lucinda*, de *Fernando* y *Dorotea*, con otros nombres pero es, estrictamente, la historia del Quijote. Así que todo esto sería como la relación entre Cervantes y Shakespeare, y la mediación sería la obra de *Cardenio* de 1613. Aquí el problema sería la relación del siglo XVIII con Shakespeare y con Cervantes, que es otro tema muy interesante.

Se puede decir que don Quijote es más que

¿Por qué el interés por Shakespeare? Porque efectivamente, cuando hay una ideología romántica, en un cierto sentido todo está resuelto al momento de empezar. Hay un genio singular del escritor que traduce en la belleza de su creación

una novela del siglo XVIII que del siglo XVII, porque es una novela cuya tema no es únicamente la locura divertida y graciosa de don Quijote. El tema es la lectura. La lectura como peligro, la lectura como instrumento, porque don Quijote es un personaje dividido. Cuando habla, está totalmente loco, ha proyectado su lectura sobre el mundo y los libros han entrado en su memoria libresca. Pero cuando habla de otras cosas y, claramente, porque ha leído otros libros, habla de una manera

muy cuerda y sensata, esta ambivalencia de doble relación con los textos le ha dado una imagen en el siglo XVIII. La lectura que podía conducir a la quimera, toda la denuncia del exceso de lectura y, por otro lado, la lectura como el instrumento del aprender, del saber, del conocimiento.

Pienso que don Quijote encarna esta ambivalencia que es más fuerte en el siglo XVIII que en el XVII. La prueba de esto es que en Inglaterra, a partir de 1687, hay más de diez traducciones nuevas de la obra. Aunque cada vez se dice nueva, utilizan la previa. Hay un flujo ininterrumpido de traducciones del Quijote, lo que lo hace un libro fundamental del siglo XVIII en Inglaterra y en Francia.

En relación con Shakespeare es que, por un lado, se presentan los primeros esfuerzos filológicos de recuperar el texto tal como el autor lo había escrito, lo que supone todo un saber filológico. Theobald había leído los otros dramaturgos para ver lo que era específico en la escritura de Shakespeare, había buscado las primeras ediciones. No estaba satisfecho únicamente con el folio o los folios de 1620. Hay una actitud filológica, un poco de la misma manera, en que al mismo tiempo se define una filología clásica con los textos de la literatura o, más peligroso, una filología bíblica para establecer las variaciones del texto bíblico. Pero, por otro lado, al mismo tiempo, para acabar con las otras adaptaciones, porque Theobald había adaptado no únicamente el *Cardenio* perdido y no podemos saber lo que hizo. Pero había adaptado *Ricardo II*, y sometido a una rescritura total. De

esta manera, el mismo individuo que tiene un respeto filológico por el texto editado, cuando adapta para el teatro, inventa totalmente una nueva historia, suprime escenas, modifica el desenlace. Hay una ambivalencia, que un crítico shakespeariano ha hablado de una relación esquizofrénica con Shakespeare. Respetado y violado.

SOBRE LAS LECTURAS ROMÁNTICAS

¿Estamos ante una nueva lectura de Shakespeare y Cervantes? En el sentido de que, como usted decía, se habían leído románticamente las obras de estos autores, ocultando otros sentidos. ¿Se deja un poco de lado esa interpretación romántica?

Empieza a reforzarse, particularmente, en el momento del romanticismo con las ilustraciones y el tercer don Quijote que no es más gracioso, que no es más lector. El lector loco-cuerdo, es el don Quijote romántico que sueña con un mundo imposible, que sería mejor del mundo tal como es. Lo que explica toda la importancia de Cervantes para el movimiento socialista, para las publicaciones críticas que han venido en el siglo XIX, utilizando como título don Quijote.

Es el hombre que dice una verdad ocultada pero que es una verdad que no se puede soportar y, finalmente, el desencanto es un fracaso, pero un fracaso admirable. La tradición de esta lectura romántica, me parece que está dicha factualmente en las ilustraciones de Gustave Doré en las ediciones del siglo XIX. Y también hay en Inglaterra un personaje solitario, un personaje víctima de nosotros, un personaje que combate por un sueño imposible. Hasta las adaptaciones teatrales más recientes.

Había una adaptación del cantante belga Jacques Brel, *El hombre de la Mancha*, y la canción más importante de *El hombre de la Mancha* tiene como título “Un sueño imposible”. De esta manera, todo este acto de recepción romántica de Cervantes existe, paralelamente, a la recuperación romántica de Shakespeare. Ésta nació un poco antes, en el siglo XVIII en Inglaterra y se vinculó con los grandes actores románticos, como Garrett, y con las primeras traducciones en francés. Quien lo tradujo de forma completa y romántica por primera vez, fue el hijo de Victor Hugo.

De esta manera, todo este acto de recepción romántica de Cervantes existe, paralelamente, a la recuperación romántica de Shakespeare



Cuando Victor Hugo estaba en las islas de Guernsey y Jersey, exiliado por el segundo imperio, él hacía fotografía y su hijo había comenzado a traducir a Shakespeare.

Un ejemplo magnífico de lectura romántica sería el monólogo *to be or not to be, that is the question*. La interpretación romántica que va hasta el siglo XX, es una reflexión profunda sobre el destino humano. Pero en el siglo XVII *to be or not to be* era una forma de parodia o de apropiación de un discurso académico universitario, cuando se debía estudiar una afirmación, su contrario y luego hacer una conclusión.

Y aquí el argumento es: es mejor ser o no ser y después todo el texto está construido como una cuestión universitaria. En la cual se establece una relación entre la cuestión y su situación. Pero no es tan fuerte porque, según las primeras ediciones, este momento del *to be or not to be* está en diversos momentos de la obra. Es como un pasaje destacable que se puede poner aquí o ahí. Y la forma, es esta forma de la cuestión, lo que explica porque el primer verso es *to be or not to be: that is the question*.

Question, no es la cuestión filosófica profunda de un interrogante sobre la vida, es la *question* académica en la que se plantean dos afirmaciones contradictorias, cuyo razonamiento se debe reducir a una conclusión: *Whether 'tis nobler in the mind to suffer*. Es la articulación de la *question*. Lo anterior, para caracterizar a Hamlet como un joven estudiante que había vuelto de Wittenberg, la universidad alemana. Fue un momento de apropiación de un género académico por parte de la cultura dramática y era esta relación, pero muy diferida entre la obsesión de Hamlet y su manera de razonamiento, que venía directamente de su cultura académica universitaria. Para ilustrar lo anterior, se puede evocar la escena iconográfica del cráneo, con la mano levantada, que es profundamente válida, porque se corresponde con el momento de la representación.

Es interesante saber que es el resultado de un trabajo de apropiación, es decir, que este texto puede ser apropiado por otro contexto al que no está totalmente ligado. Y se puede disfrutar de este texto sin saber lo que estoy diciendo ahora. Es interesante saber lo que estoy diciendo ahora, si se interesa por el proceso de transformación de un texto, sin que el texto cambie, aunque el mundo cambie. Pero no todos los textos pueden resistir a este cambio del mundo, por razones de construcción de un canon o por razones de la densidad del texto. En un cierto sentido, Shakespeare escribió algo que estaba más allá de lo que pensaba escribir.

¿Qué sería entonces un texto clásico?

Se podría definir un clásico como la capacidad de cierto texto de transformarse, sin que el texto cambie, aunque el mundo cambie. De esta manera, se considera al texto, en este nuevo mundo, como un texto contemporáneo. Esta definición de un texto clásico sería diferente de la definición de una obra canónica. El canon podía suponer más el papel de las instituciones para excluir, porque el canon tiene como primer objetivo excluir. La definición de clásico sería algo más interno a los textos, algo como su capacidad de superar fronteras cronológicas, lingüísticas, culturales y de peregrinar dentro de las sociedades de todos los tiempos.

LAS LECCIONES DE LOS MAESTROS

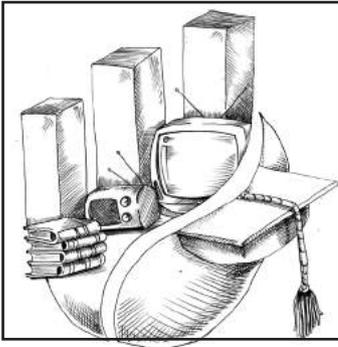
Una última pregunta: George Steiner escribió un libro que habla sobre las lecciones de los maestros, sobre el legado de conocimiento que dejan a la humanidad. ¿Quiénes han sido sus maestros?

He tenido los maestros de papel: Lucien Febvre, Marc Bloch, Braudel y Foucault. Y considero a dos maestros reales que no han sido tan conocidos; un historiador llamado Denis Richet, quien falleció muy joven, y que tiene un libro magnífico traducido al castellano sobre la sociedad francesa de la Francia moderna. El otro, afortunadamente está vivo, se llama Daniel Roche, y ha trabajado sobre la cultura material, la cultura popular, París en el siglo XVIII y las academias de provincia. Daniel Roche fue profesor en el *Collège de France*, y se jubiló recientemente. En un cierto sentido, mi presencia en el *Collège de France* tenía algo que ver con una tradición de la época moderna, de los siglos XVI, XVIII y de historia cultural.

Richet y Roche son los dos maestros, en este sentido, de los que aprendí cómo se hace una conferencia, cómo se construye un curso y cuáles son los requisitos que hay que respetar cuando se publica un libro.

Denis Richet siempre empezaba con la historiografía de un problema. Para luego poder ligar y conocer el estado del arte del tema. Era una antigua tradición alemana de la filología del siglo XIX, conocer el estado de la cuestión. Y Denis Richet empezaba de esta forma cada presentación de un tema histórico. Roche era un hombre de quien se podía aprender cómo trabajaba, como en un taller. Los historiadores no tienen el genio poético misterioso de los escritores: son artesanos que trabajan dentro del taller de la historia. ♦

OTRAS VOCES



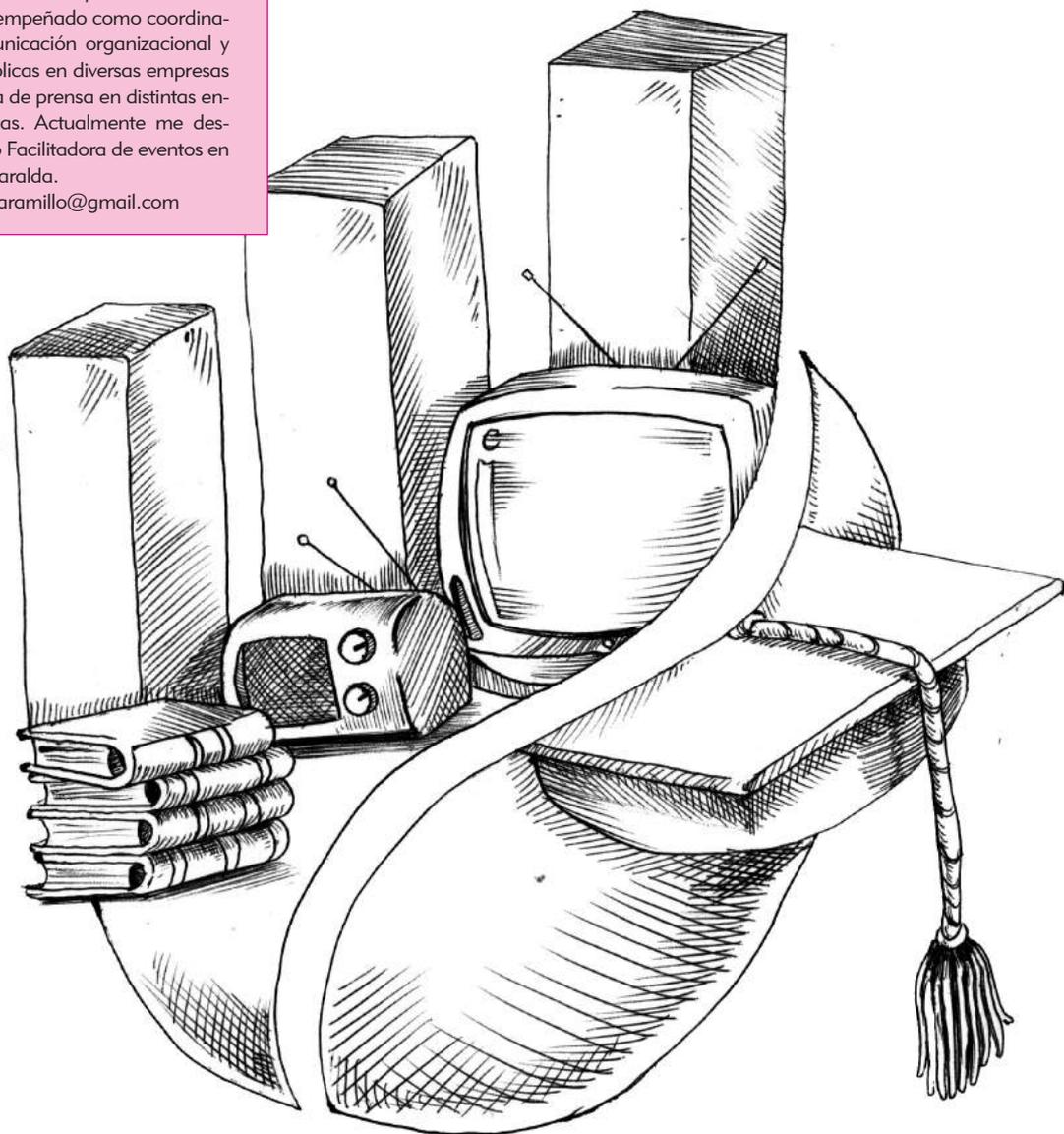
Caracterización de las empresas informativas/industrias culturales en el Eje Cafetero

MAURICIO VERA SÁNCHEZ

Comunicador Social-Periodista. Especialista en Televisión y Estética. Coordinador del Área de Producción, Facultad de Comunicación Social-Periodismo, Universidad Externado de Colombia. mauricio.vera@uexternado.edu.co

JULIANA GÓMEZ JARAMILLO

Comunicadora Social - Periodista de la Universidad Católica Popular de Risaralda. Se ha desempeñado como coordinadora de comunicación organizacional y relaciones públicas en diversas empresas y en la jefatura de prensa en distintas entidades públicas. Actualmente me desempeño como Facilitadora de eventos en FENALCO Risaralda. julianagomezjaramillo@gmail.com



1. APUNTES INICIALES

La cultura se manifiesta cotidianamente a través de medios de comunicación, como revistas, periódicos, canales de televisión, emisoras, cine, etc., y esta dimensión de la cultura tangible y reproducible a gran escala se ha llamado *Industrias Culturales*, ya que sus actividades están diseñadas bajo un cálculo de capital, en el que se invierte con el objetivo de que se dé una reproducción ampliada del mismo y se genere riqueza, no solo cultural sino, principalmente, económica.

El investigador norteamericano George Yúdice (2002) afirma que hoy se invoca a la cultura cada vez más como motor del desarrollo económico, aduciendo que ésta se ha transformado en la lógica misma del capitalismo contemporáneo, una transformación que pone en tela de juicio los presupuestos más básicos acerca de lo que constituye la sociedad humana.

Pero, ¿cuáles son los elementos que hacen que la cultura sea utilizada como recurso generador de riqueza? Primero, el proceso de industrialización de la cultura se da en el marco legal de los derechos de propiedad intelectual, posibilitando el tránsito de un valor simbólico, intangible a un valor comercial, tangible vía precio. Esto permite a creadores y autores rentabilizar sus ideas que, evidentemente, tienen origen en sus condiciones personales, identidades, sueños y memorias, es decir, en su cultura.

Segundo, estas ideas protegidas por derecho de autor son viabilizadas financieramente a través de su producción material en soportes tangibles o electrónicos para que sean convertidas en productos y servicios culturales concretos, que serán ofertados y demandados en sectores sociales y geográficos específicos. Es quizás esta la función central dentro de la dinámica económica de las industrias culturales, ya que acá se ubican las empresas o los inversionistas dispuestos a arriesgar capital en la producción, reproducción, distribución y comercialización de los bienes culturales y que esperan, por supuesto, que la inversión genere excedentes, para seguir invirtiendo y acumular capital.

Esta cuestión diferencia a las industrias culturales de otros sectores productivos, ya que al ser su materia prima y su consumo de carácter simbólico, hace que los valores de cambio y uso queden subordinados al valor simbólico. Jamás el precio que tenga una mercancía cultural podrá reflejar su verdadera importancia o relevancia dentro de un contexto social particular.

Tercero, el momento de distribución resulta ser estratégico, porque es allí donde se determinan los mercados culturales y grupos objetivos a los que se quiere llegar. Esto implica que solo se

produce lo que tiene canales de comercialización y nichos de mercado definidos, es decir, aquello que tiene garantizada su compra. Fijémonos cuántas telenovelas son lanzadas con bombos y platillos en horarios *prime time*, y al poco tiempo son trasladadas a horarios de menor audiencia o simplemente sacadas del aire porque su *rating* no es suficiente para generar ganancias, así su contenido cultural sea relevante, plural y de calidad.

Así, podemos decir que todo proyecto cultural es un proyecto comunicativo y que el proceso de comunicación es un proceso cultural, que los contenidos de los medios son cultura, comunicación y potencialidad económica y que buena parte de la producción y circulación de éstos se diseña desde el mercado y el cálculo de capital.

Generalmente, en la Academia tendemos a mirar la cultura y la economía como ámbitos desligados y opuestos. Sin embargo, es importante señalar que es en el escenario de las industrias culturales y los medios de comunicación donde confluye la creación artística con la economía, que el trabajo cultural tiene un valor económico y las decisiones económicas se toman desde entornos culturales, que la producción y circulación de bienes y servicios culturales depende de las condiciones del mercado, las plataformas tecnológicas, la inversión privada, la creación de empresa y generación de empleo.

En este sentido, resulta interesante hacer una mirada al estado actual de las empresas en la región del Eje Cafetero —ubicada en el centro de Colombia—, cuyo objetivo comercial es la creación, producción y distribución de contenidos culturales e informativos, entendiendo que este sector produce bienes y servicios culturales que suponen creatividad y que en su producción incorporan un cierto grado de propiedad intelectual y transmiten un valor simbólico (Throsby, 2001).

Igualmente, todo este sistema de producción se da en el marco de organizaciones —empresas— con estructuras determinadas, jerarquías y funciones específicas en diversos niveles, políticas de procedimientos, perfiles profesionales especializados, intermediaciones laborales y modalidades de contratación particulares, diseño y desarrollo de contenidos diferenciados, planificación de su programación, plataformas tecnológicas que interactúan dinámicamente para materializar en productos concretos y tangibles una realidad cultural para ponerla en circulación entre audiencias objetivas singulares, permitiendo una rentabilización económica y social de la cultura.

Se pone así en perspectiva de la economía política la función social y capitalista que cumplen las empresas de comunicación, en este caso las de

la Región del Eje Cafetero, permitiendo entender el lugar que ocupan aspectos como número de empleados, el objetivo comercial, el tiempo de constitución y renovación de las matrículas comerciales, rango, objeto social y tipo de organización.

1.1 Precisiones metodológicas

La investigación *Caracterización de las empresas informativas/industrias culturales en el Eje Cafetero, Colombia*, está soportada en fuentes secundarias, principalmente en las Cámaras de Comercio de la Región, delimitándose en las ciudades de Armenia, Manizales, Pereira y Dosquebradas, revisando y analizando la información de las empresas pertenecientes a los sectores audiovisuales, gráficos, sonoro e impresos.

La Cámara de Comercio es una organización privada, de carácter gremial, sin ánimo de lucro, que representa al sector empresarial y a la comunidad en general, creando espacios de asociatividad, para apoyar de manera integral a los empresarios. Los registros en las Cámaras de Comercio se realizan a través de la actividad principal de cada empresa; ésta es determinada por la CIU (*Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas*), en él se unifican cada uno de los distintos sectores comerciales o tipo de negocio.

La CIU tiene como objetivo ser una base de datos comercial; está considerada una herramienta valiosa que les permite a los empresarios hacer publicidad gratuita de sus productos o servicios, investigar y ampliar mercados, estudiar posibles clientes y proveedores nacionales e internacionales, ya que éste es de uso universal para la actividad comercial.

A pesar de que las diferentes Cámaras de Comercio tienen unificación en los criterios para la creación de las bases de datos, no todas arrojan la misma información; por lo tanto, se diseñó una matriz de análisis para el inventario de medios, pensando en la sistematización de la información a partir de los ítems en común arrojados por las

bases de datos adquiridas y complementándola con la posibilidad de clasificar en los sectores reales a estudiar (radio, prensa, TV, internet, cine, publicidad, mercadeo y eventos).

La matriz tiene 17 ítems divididos en dos aspectos: cualitativo y cuantitativo. Cualitativo: Departamento/Municipio, Número de registro/Número de Matrícula, Nombre/Razón social/Marca/Nombre del establecimiento, Representante legal, Nit/Cédula, Dirección, Teléfono/Fax, Correo electrónico. Cuantitativo: Año de constitución, Año de renovación, Objeto, CIU, Número de empleados, Rango, Tipo/TI/Organización Jurídica/Categoría, Sector Real y Sector Técnico. La clasificación empleada y sus códigos CIU por su pertinencia para la investigación, fue la siguiente:

ACTIVIDADES DE EDICIÓN E IMPRESIÓN Y DE REPRODUCCIÓN DE GRABACIONES

- Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones: D 221100
- Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas: D 221200
- Edición de materiales grabados: D 221300
- Arte, diseño y composición: D 223100

CORREO Y TELECOMUNICACIONES

- Servicios de transmisión de datos a través de redes: I 642200
- Servicios de transmisión de sonidos, imágenes, datos y otros tipos de información por cable: I 642201
- Servicios de estaciones de difusión, retransmisión y satélite: I 642202
- Servicios de transmisión de programas de radio y televisión: I 642300
- Estaciones retransmisoras de radio y TV: I 642301
- Servicios de transmisión por cable: I 642400
- Televisión por cable y suscripción: I 642401

ACTIVIDADES DE FOTOGRAFÍA

- Fotografías para agencias de publicidad y editores: K 749405

ACTIVIDADES DE PUBLICIDAD

- Publicidad: K 743000
- Organización y publicación de anuncios: K 743001

ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO Y ACTIVIDADES CULTURALES Y DEPORTIVAS

- Producción y distribución de filmes y videocintas: O 921100
- Producción de películas cinematográficas: O 921101

Podemos decir que todo proyecto cultural es un proyecto comunicativo y que el proceso de comunicación es un proceso cultural, que los contenidos de los medios son cultura, comunicación y potencialidad económica y que buena parte de la producción y circulación de éstos se diseña desde el mercado y el cálculo de capital



- Distribución de filmes y videocintas en otras industrias: O 921102
- Exhibición de filmes y videocintas: O 921200
- Actividades de radio y televisión: O 921300
- Emisiones de radio y televisión: O 921301

ACTIVIDADES DE AGENCIAS DE NOTICIAS

- Agencias de noticias: O 922000
- Periodistas libres: O 922001
- Consorcios y agencias de noticias: O 922002

2. RESULTADOS

Es importante señalar que no existe una uniformidad en las metodologías de registro de las Cámaras de Comercio, sumado a una falta de información en los campos respectivos de las bases de datos. Si bien el sistema CIU plantea uniformidad en el registro comercial, es evidente que en el caso de la comunicación este propósito se complejiza debido a la multiplicidad de actividades y posibilidades que se dan dentro de la misma, dándose una asimilación entre lo que denominamos comunicación y telecomunicaciones. Es decir, no se diferencian claramente actividades puntuales del campo de la comunicación, como lo son producción de contenidos, emisión, circulación, distribución.

Así, encontramos que en la región hay registradas 368 empresas de “comunicación”, bajo los códigos que así lo establecen. Sin embargo,

de éstas solo 172 desarrollan actividades propiamente de comunicación. Pese a ello, en el caso concreto de la comunicación, el sistema de clasificación CIU tiende a concentrar la cadena productiva bajo una misma clasificación o un mismo código, lo que dificulta identificar las instancias de generación de valor agregado. Ejemplo de ello es la clasificación ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO Y ACTIVIDADES CULTURALES Y DEPORTIVAS, en la que aparecen códigos como: Producción de películas cinematográficas (O 921101); Actividades de radio y televisión (O 921300).

Ahora bien, existe una frontera muy “débil” entre los diferentes códigos pertenecientes a una misma clasificación. Ejemplo:

CORREO Y TELECOMUNICACIONES

- Servicios de transmisión de sonidos, imágenes, datos y otros tipos de información por cable: I 642201
- Televisión por cable y suscripción: I 642401

En este caso no se precisa claramente cuál es la diferencia en los objetivos comerciales que hay entre *Servicios de transmisión de sonidos, imágenes, datos y otros tipos de información por cable* y *Televisión por cable y suscripción*. De ello se deriva que una empresa puede aparecer registrada en un código que quizás no indique claramente cuál es el sector real en el que se desempeña. Lo mismo sucede en el siguiente caso:

ACTIVIDADES DE ESPARCIMIENTO Y ACTIVIDADES CULTURALES Y DEPORTIVAS

- Producción y distribución de filmes y videocintas: O 921100
- Producción de películas cinematográficas: O 921101

Acá la cercanía entre cada código hace más compleja la posibilidad de caracterizar la actividad comercial puntual de las empresas. Por ejemplo, cuál sería la diferencia entre *Producción y distribución de filmes y videocintas* con *Producción de películas cinematográficas*. No se matiza desde el sistema de registro CIU la diferencia conceptual entre filmes y películas cinematográficas.

Por otro lado, existe la imposibilidad de obtener cifras concretas sobre cuántas empresas pertenecen exclusivamente a los sectores seleccionados (impresos/gráficos, audiovisuales, sonoros), dado que muchas se dedican simultáneamente a varios de ellos. (ver tabla 1.)

En el campo Sector Técnico/Descriptor encontramos la definición exacta que hace el sistema CIU para que la empresa registre su actividad comercial. Sin embargo, en el campo Objeto se puede observar cómo las empresas evidentemente se registran con un código específico pero anotan otras actividades comerciales que no guardan una relación directa con el mismo. Es decir, en el Objeto incluyen tantas actividades y tan diversas

que es imposible ubicar su lugar específico dentro de la cadena productiva de los medios de comunicación e industrias culturales. Resulta ilustrador el caso de la empresa Orozco Radio TV, que está registrada en el Código 0921301 (Emisiones de radio y televisión) pero en su Objeto registra: Todo lo relacionado con radio, prensa y televisión. Es decir, esta compañía estaría en capacidad de cubrir toda la cadena productiva: crear, producir, reproducir, distribuir, comercializar bienes y servicios culturales en cualquier medio, cuestión que, ciertamente, sería imposible para una pequeña empresa.

Ahora bien, una vez seleccionadas las empresas que por su Código CIU y sus Objetos, de las 368 empresas inicialmente revisadas, se analizó el caso de 172, que son las que realmente están en el sector de las industrias culturales y medios de comunicación. La distribución de estas empresas legalmente constituidas en las ciudades analizadas es así: 81 en Pereira; 10 en Dosquebradas; 55 en Armenia y 26 en Armenia.

Acá es importante anotar que las Cámaras de Comercio de Armenia y Dosquebradas no registran T.I., es decir la información que estipula con un número si la empresa es Persona Natural (1), Sociedad Limitada (3), Sociedad Anónima (4), Sociedad en comandita (6), Sociedad en Comandita por acciones (7), Sociedades Extranjeras (8), Empresa Unipersonal E.U. (9),

TABLA 1. Diferencia entre el registro del sector técnico y el objeto real de la empresa.

CIUDAD	NOMBRE ESTABLECIMIENTO	REPRE. LEGAL	CIU	SECTOR TÉCNICO/ DESCRIPTOR	OBJETO
PER.	Iván Monsalve Morales	Iván Monsalve	0921100	Producción y distribución de filmes y videocintas.	Producción y exhibición audiovisual, pasta para bandas, mantenimiento de equipos.
MAN.	Producciones Panorama E.U.	Samuel Restrepo	D 221200	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas.	Actividades de radio y televisión, edición de periódicos y revistas.
DQA.	Gómez Triana Comunicaciones E.U.	Fredy Gómez	O 921300	Actividades de radio y televisión	Producción de medios, posproducción de medios, preproducción de medios.
ARM.	Orozco Radio TV	Orozco Radio TV Ltda.	O 921301	Emisiones de radio y televisión.	Todo lo relacionado con radio, prensa, TV.

Sociedades Agro de Transferencia (11), Agencias y sucursales (97-98).

En cuanto a la clasificación de acuerdo con el Rango, es decir, el indicador que da cuenta del tamaño y envergadura de las empresas de acuerdo con el número de empleados, todas las Cámaras de Comercio de la Región lo incluyen en sus bases de datos. Así, el Rango se identifica por: pequeña microempresa (0 a 10 empleados); pequeña empresa (11 a 50); mediana empresa (51 a 200); gran empresa (más de 200).

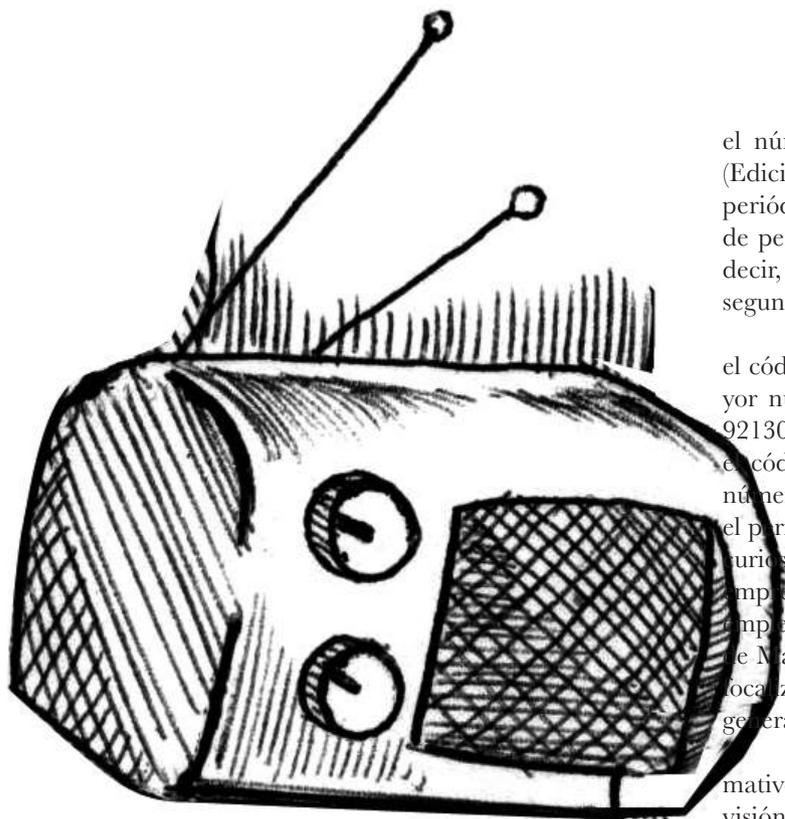
El panorama general de las empresas de comunicación e industrias culturales en la región es el siguiente: (ver tabla 2)

Podemos ver que del 100% de empleados reportados (561), el 63% (352) corresponde al sector editorial (prensa). Se da así una alta concentración del recurso humano en los periódicos grandes de la región, principalmente; actividades como la producción de radio y televisión, que demandan mayor cantidad de recurso humano, están siendo desarrolladas por un bajo número de personas.

De las 172 empresas, 105 reportan cero empleados. Esto no significa que no haya personas laborando, sino que lo hacen de manera autónoma sin generar empleo, tributación, seguridad

TABLA 2. Panorama general de las empresas de comunicación/industrias culturales en el Eje Cafetero de acuerdo con los registros de la Cámara de Comercio y el sistema CIU.

TOTAL EMPRESAS: 172					
CIU	NÚMERO DE EMPRESAS	DESCRIPTOR CÓDIGO CIU	SECTOR REAL	RANGO	NÚMERO DE EMPLEADOS POR CIU
D221100	4	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones.	Impresos	Micro	3
D221200	23	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas.	Prensa	Micro/ Mediana (1)/ Pequeña (2)	249
D221300	1	Edición de materiales grabados.	Estudio/Audio	Micro	0
D223100	14	Arte, diseño y composición.	Publicidad/Mercadeo/ Eventos	Micro	8
I642200	1	Servicios de transmisión de datos a través de redes.	Transmisión Radio	Micro	1
I642300	17	Servicios de transmisión de programas de radio y televisión.	Publicidad/Radio Transmisión/TV	Micro/ Pequeña (1)	31
I642400	1	Servicios de transmisión por cable.	TV Cable	Micro	0
I642401	4	Televisión por cable y suscripción.	TV Cable	Micro/ Mediana (1)	91
K743000	14	Publicidad.	Publicidad/Radio/TV	No reporta	No reporta
K743001	1	Organización y publicación de anuncios.	Publicidad/Radio/TV	No reporta	No reporta
O921100	8	Producción y distribución de filmes y videocintas.	Producción TV	Micro	1
O921101	2	Producción de películas cinematográficas.	TV/Fotografía	Micro	2
O921200	6	Exhibición de filmes y videocintas.	Cine	Micro	8
O921300	45	Actividades de radio y televisión.	Publicidad/Radio/TV/ Prensa	Micro	19
O921301	21	Emissiones de radio y televisión.	Radio/TV	Micro/ Pequeña (1)	32
O922000	4	Consortios y agencias de noticias.	Radio	Micro/ Pequeña (1)	12
O922001	6	Periodistas libres.	Impresos/Agencias de noticias/Periodistas libres/ Consultoría	Micro/ Mediana (1)	104
	172				561



social, etc. Esto refleja que existen varias modalidades de contratación o intermediación laboral que no generan protección, estabilidad laboral, parafiscales, etc., como lo es el *free lance*, prestación de servicios o la contratación por cooperativas, tal y como opera Telecafé. Un fenómeno que genera desviación en los resultados está dado por el hecho de que del total de empresas, el 11% (19) de éstas, ubicadas en Pereira, no reportan empleados. Por lo tanto no suman ni restan: en la ciudad de Manizales, hay reportados 296 empleados; sin embargo, es relevante el hecho que de éstos, 275 están concentrados en *La Patria* y Cable Unión S.A. y el restante (21) están distribuidos en 53 empresas, de las 55 existentes en la ciudad.

Por otro lado, en el campo de la comunicación, somos una región fundamentalmente de microempresarios 84% (145 microempresas), es importante señalar que las empresas del sector editorial son pequeñas (2): *El Diario del Otún* y *Nuestro Diario*; y medianas (2): *La Tarde* y *La Patria*. En cuanto a la cantidad de empresas de acuerdo con la Clasificación, se encuentra que en “Actividades de Esparcimiento y Actividades Culturales y Deportivas”, específicamente en el código O 921300 (Actividades de radio y televisión), están el mayor número de empresas, con un total de 45. Sin embargo, cuando se cruza con el número de empleados, hay un desfase significativo. Tan solo se emplean 19 personas.

Otro factor importante es que cuando se compara el número de empresas del código O 921300 (Actividades de radio y televisión), con

el número de empresas del código D 221200 (Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas), que es el que emplea mayor número de personas, hay una diferencia de un 93%, es decir, si en el primero hay 19 empleados, en el segundo hay 249.

En este mismo sentido, no necesariamente el código que genera mayor empleo tiene el mayor número de empresas, es decir, el código O 921300 tiene el doble de empresas registradas que el código D 221200, que es el que tiene mayor número de empleados. Es importante señalar que el periódico *La Crónica*, de la ciudad de Armenia, curiosamente reporta cero empleados. La otra empresa mediana que mayor reporta número de empleados (90) es Cable Unión S.A., en la ciudad de Manizales, lo que supondría que el trabajo se focaliza en la instalación de redes más que en la generación de contenidos.

En el caso de la televisión cerrada, es llamativo resaltar que en el código I 642401 (Televisión por Cable y Suscripción) hay en la región 4 empresas (TV Cable del Pacífico S.A. en Armenia; Avanti S.A. en Pereira; CATV en Pereira; Cable Unión S.A. en Manizales) que reportan solamente 91 empleados, de los cuales 90 pertenecen a Cable Unión S.A., y TV Cable del Pacífico S.A. con un empleado.

Los códigos D 2213000 (Edición de Materiales grabados); I 642400 (Servicios de transmisión por cable); K 743001 (Organización y publicación de anuncios) tienen una empresa cada uno, y reportan cero empleados.

El 20 de marzo 1972 se registra en el Eje Cafetero la primera empresa, *Editorial Renacimiento LTDA* en Manizales, con 2 empleados. Entre los años 1972 y 2000 se registraron ante las diferentes Cámaras de Comercio de la región 46 empresas, con 475 empleados reportados. Entre el 2000 y el 2008 se registraron 105 empresas, con 86 empleados reportados (ver gráfico página siguiente).

Este fenómeno de explosión de creación de empresas puede explicarse en parte porque hacia el año 2000 salen las primeras promociones de egresados de Comunicación Social y Periodismo en la región.

Igualmente, las empresas registradas en 1972 (4), con sus matrículas renovadas al 2008, reportan 199 empleos, es decir el 35,5% de los empleos totales reportados en la región, principalmente por el registro del periódico *La Patria*. Las empresas registradas en 2008 (8) reportan 21 empleos, es decir el 3,8% del total de empleos en la región. Desde el año 2000 hasta hoy solamente se ha creado una pequeña empresa, GRUPO MEDIOS DE RISARALDA S.A./ NUESTRO DIARIO, con 15 empleados.

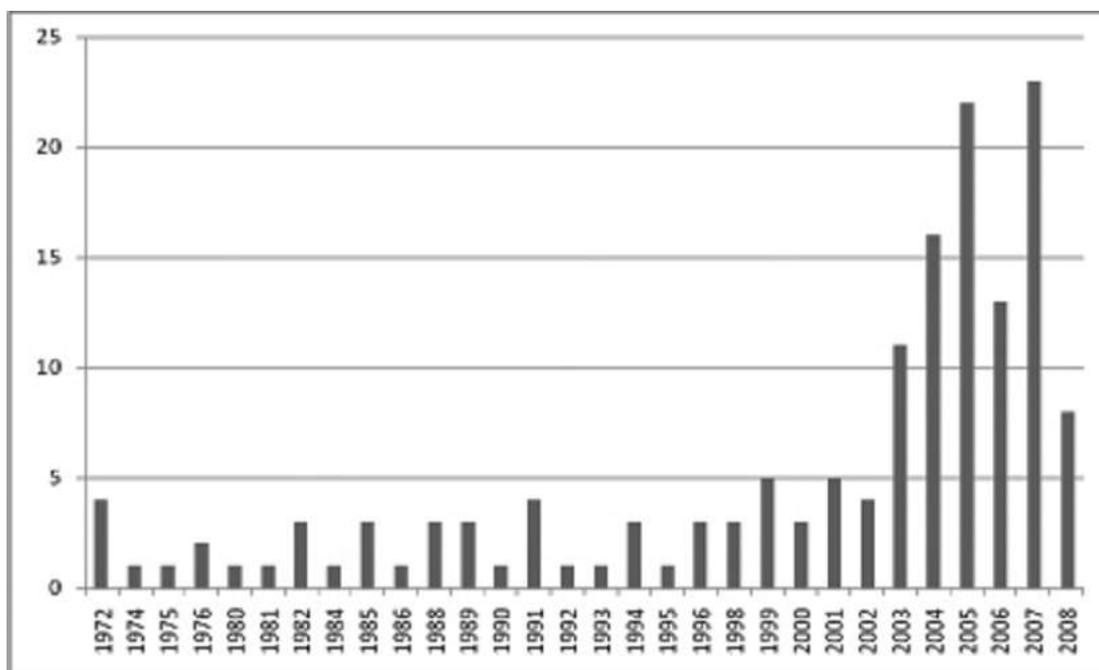


GRÁFICO. Evolución temporal en la creación de empresas de comunicación/industrias culturales en el Eje Cafetero.

Finalmente, la tendencia de cada una de las ciudades analizadas se presenta así:

- Dosquebradas, por empresas: Servicios de transmisión, Actividades y Emisiones de Radio y Televisión.
- Armenia, por empresas: Actividades y Emisiones de Radio y Televisión.
- Manizales, por empleados: Edición de Periódicos, Revistas y Publicaciones Periódicas.
- Pereira, por empresas: Actividades; Emisiones; Servicios de Transmisión de programas de Radio y Televisión; Televisión por Cable y Suscripción.

Así, el llamado de atención es para nosotros como academia, responsables de formar y orientar a los futuros comunicadores, revisando cuál es la capacitación empresarial que reciben los estudiantes, el conocimiento del mercado cultural y de medios que realmente tenemos, hacia dónde estamos enfocando los esfuerzos para que en el corto y mediano plazo podamos contar con empresas culturales e informativas generadoras no solamente de identidad e intercambio cultural en la región sino también de riqueza económica y empleo digno. ♦

BIBLIOGRAFÍA

BARRIOS VANEGAS, JOSÉ (2006). *Innovación y Competitividad de las Industrias Culturales en Venezuela*. [en línea]. Caracas, Venezuela 1990. UNESCO/ SELA. p. 69. [citado en febrero 25 de 2006]. Disponible en www.monografias.com/trabajos/comunicvenez/comunicvenez.shtml

DUQUE, LUIS DAVID (s.f.). *Mediaciones en el campo de producción propia audiovisual del canal de televisión público regional Telecafé*. Trabajo de Grado. Universidad Católica Popular del Risaralda.

MARTÍN BARBERO, JESÚS; GERMÁN REY; ÓMAR RINCÓN (2000). “Televisión Pública, Cultural, de Calidad”, en *Revista Gaceta* n.º 47. Bogotá: Ministerio de Cultura. Diciembre.

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA, CONVENIO ANDRÉS BELLO (s.f.). *Impacto económico de las Industrias Culturales en Colombia*. Colombia: Convenio Andrés Bello.

NARVÁEZ, ANCÍZAR (2001). *Industria Cultural, empleo y región*. Manizales: Universidad de Manizales. Centro de Investigaciones de la Comunicación. p. 5.

PINILLA, ADRIANA (s.f.). *Programación de Televisión en el canal regional Teleantioquia*. Trabajo de Grado. Universidad de Manizales.

Portafolio. Santafé de Bogotá, 5 de febrero de 1999. p. 1 y 6. Citado por Narváez, Ancízar. *Industria Cultural, empleo y región*.

SECRETARÍA DE CULTURA DE BUENOS AIRES (2004). *Anuario Industrias Culturales*. Buenos Aires.

SHOEMAKER, PAMELA J. Y, STEPHEN D. RESSE (1994). *La Mediatización del Mensaje*. Mexico: Editorial Diana.

THOMPSON, JOHN B. (2004). *Comunicación y Contexto Social* [en línea]. Argentina. Actualizado en septiembre de 2004. Disponible en www.nombrefalso.com.ar/apunte.php/id=2

YÚDICE, GEORGE (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa.

Víctimas en los medios de comunicación

ESTUDIANTES INVESTIGADORAS

Natalia Holguín R., Andrea Carolina Fonseca,
Catalina Martínez y Juliet Rodríguez.

DOCENTES INVESTIGADORES

Diego Armando Mazorra, Francisco Tamayo y
Victoria E. González.
comyciudadania@uexternado.edu.co



ALGUNOS ANTECEDENTES

La propuesta *Semilleros de Investigación* de la Facultad de Comunicación Social se presenta como un programa flexible y sistemático de formación investigativa de los comunicadores sociales, que promueve el trabajo en equipo, la discusión y la colaboración de la comunidad académica de la Facultad, con la perspectiva de lograr en los comunicadores madurez intelectual y un nivel de experticia en el manejo de herramientas conceptuales y metodológicas relacionadas con la investigación de la comunicación y la cultura (Pérez, 2007).

En el caso específico del *Semillero de Investigación en Comunicación y Derechos Humanos*, la creación se justifica por la urgencia de dar respuesta a una necesidad sentida: preparar profesionales idóneos que entiendan el papel que desempeña la comunicación en el marco del conflicto armado colombiano, una realidad que no podemos ignorar. Su conformación parte de una convocatoria dirigida a los estudiantes de séptimo semestre, destacados por sus altos promedios en el área teórico-investigativa, a cuyas ganadoras se les pidió un documento de revisión sobre el *Primer Informe del Grupo de Memoria Histórica de la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación titulado Trujillo, una tragedia que no cesa*. De esta manera, en febrero de 2009, conformamos el equipo de trabajo.

En octubre de 2009, luego de un riguroso proceso de investigación, contábamos con un proyecto elaborado y, por ello, decidimos que era momento de mostrar frente a otros semilleros nuestros avances y obtener de ellos nuevos aportes que nos ayudaran a crecer. Nos presentamos a una convocatoria de semilleros de investigación en el ámbito nacional, realizada por la Universidad Santo Tomás, con una ponencia que fue seleccionada como parte del programa de tres días que reunía diferentes propuestas en investigación en todo el país.

Sobre esta experiencia podemos decir que nuestro semillero se fortaleció al conocer nuevas prácticas en investigación y tener la oportunidad de dialogar con investigadores del campo de la comunicación en todo el país.

LOS PUNTOS DE INTERÉS

Si damos una mirada atrás, recordamos que en los primeros encuentros de nuestro grupo de trabajo, además de ponernos en contexto sobre los fundamentos del semillero, iniciamos la exploración de los temas que nos interesaban para el tipo de investigaciones que queríamos proponer.

“Luego de un riguroso proceso de investigación, contábamos con un proyecto elaborado y, por ello, decidimos que era momento de mostrar frente a otros semilleros nuestros avances y obtener de ellos nuevos aportes que nos ayudaran a crecer”

Sobre el primer punto, el interés se dirigió a las víctimas de guerra¹. Sabíamos que era un tema de coyuntura. Lo anterior, lejos de representar una ventaja, resultaba una debilidad, en la medida en que la constante mención mediática podría llevarlo a vaciarse de contenido. Y ahí fue justamente donde encontramos el eje de nuestra investigación: en la posibilidad de mirar el tema desde el tratamiento de las víctimas en los medios de comunicación, como aporte a la reflexión sobre la necesidad de solidarizarse con ellas y promover su reconocimiento.

Sobre el segundo punto, quisimos ver la forma como se construyen los discursos del tema Víctimas por parte de los medios de comunicación.

A partir de esta decisión, hicimos un primer ejercicio exploratorio de las posibles herramientas investigativas que podrían contribuir a la interpretación de la información. Elegimos en el gran contexto de las teorías del análisis crítico del discurso, la Perspectiva Histórica liderada por la investigadora austriaca Ruth Wodak. Nuestra elección, cuyo enfoque sigue la orientación filosófica de la teoría crítica, obedece a que:

- Entiende el discurso como una práctica social (Fairclough y Wodak, 1997) y como una manera de significar un ámbito de acción específico en el cual están incluidas situaciones, marcos institucionales y estructuras sociales determinadas.
- Da relevancia al contexto, ya que le otorga sentido a los discursos solo en la medida en que se tiene en cuenta su utilización en una situación determinada.
- Reconoce la intertextualidad, ya que su metodología de análisis propone integrar toda la información posible de contexto al análisis y

1. Tomando como referente la definición propuesta por la organización Medios para la paz, que dice: “aquellas personas de la población civil que sufren perjuicios en su vida, grave deterioro de su integridad personal o bienes, por razón de actos que se susciten en el marco del conflicto armado interno, tales como combates, ataques, atentados terroristas, desplazamiento forzado y masacres, entre otros (Medios para la paz, 2005).

a la interpretación de las múltiples capas que conforman un texto hablado o escrito.

- Las prácticas discursivas se muestran en esta línea como elementos que pueden contribuir a producir y reproducir relaciones de poder desiguales entre clases sociales, mujeres y hombres y mayorías y minorías culturales o étnicas, mediante la forma como representan los objetos y sitúan a las personas (Fairclough y Wodak, 2000: 368).

Una vez seleccionados el tema y las estrategias metodológicas, orientamos la indagación hacia los ejes temáticos indispensables para dar cuenta de la investigación en todas sus dimensiones. Los ejes elegidos fueron Derechos Humanos, Conflicto Armado Colombiano, Víctimas y Análisis Crítico del Discurso con Perspectiva Histórica. La metodología para el abordaje de los textos de cada eje se planteó a partir de la elaboración de Resúmenes Analíticos Especializados RAE.

El análisis parte de un concepto de crítica social que posee tres aspectos interrelacionados, los dos primeros con la dimensión de lo cognitivo y un tercero, vinculado con la dimensión de la acción

El eje Derechos Humanos se presentó como marco general del trabajo; por ello, consideramos pertinente analizar el texto *Cartilla de Derechos Humanos 2006*, de Hernán Ortiz Rivas. El eje Conflicto Armado fue asumido también como parte fundamental de nuestro estudio, con base en la teoría de que “el conflicto armado colombiano, al igual que otras guerras internas, ha entrado en un proceso en el que las víctimas de la violencia se producen mayoritariamente entre la población y no entre los combatientes armados” (Kaldor, 2001). En el caso específico de este eje, la selección del material no fue fácil debido a la prolífica bibliografía existente al respecto. La valoración de los textos nos llevó finalmente a escoger tres de ellos: *Guerra Civil, terrorismo y anomia social. El caso colombiano en un contexto globalizado*, de Peter Waldman; *La estrategia terrorista. Las razones del Presidente Uribe para no aceptar la existencia de un conflicto armado en Colombia*, del compilador Libardo Campuzano, y *¿Cómo caracterizar el conflicto armado en Colombia?*, de Eduardo Pizarro Leó Gómez. En el eje temático Víctimas seleccionamos, además de la lectura inicial referente al informe de Trujillo, los textos:

Las víctimas y la legislación internacional, de Fernando Díaz; *Las organizaciones de víctimas como actores sociales*, de Iván Cepeda y Klaudya Girón, y *La masacre de El Salado. Esa guerra no era nuestra*, el segundo gran informe del grupo de memoria histórica de la Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación. Los elementos sobre análisis crítico del discurso con perspectiva histórica nos los proporcionaron múltiples artículos de Ruth Wodak, entre los cuales podemos mencionar: ‘*El “proceso de Bolonia” y la economía basada en el conocimiento. Un enfoque de análisis crítico del discurso*’ y ‘*The semiotics of racism: A Critical Discourse-Historical Analysis*’. Con este panorama relativamente amplio de lecturas, empezamos la construcción de nuestro marco teórico.

LA SELECCIÓN DEL CORPUS

El paso siguiente fue la conformación del corpus sobre el cual aplicaríamos las herramientas metodológicas. El debate giró en torno a cinco puntos:

1. Los subtemas elegidos dentro del gran tema Víctimas.
2. Los medios sobre los cuales se pensaba trabajar.
3. El género periodístico.
4. La temporalidad.
5. El número de piezas periodísticas seleccionadas para el análisis.

En este punto tomamos como referente dos consideraciones:

1. El concepto de “hecho noticioso”, entendido como asuntos de interés colectivo o hechos que causan conmoción nacional, tales como magnicidios, recrudecimiento de acciones bélicas, atentados terroristas y hechos que perturban de manera significativa el orden público (Bonilla, 1998).
2. Los actores involucrados como imputados, lo que nos lleva a buscar cierto “equilibrio” que permita elegir sucesos en los cuales estén implicados tres actores, esencialmente: paramilitares, guerrilla y ejército.

Esta directriz nos condujo a dos subtemas: Fenómeno “Falsos positivos” y el asesinato de los diputados del Valle.

Continuando con la conformación del corpus, sobre el medio y el género, optamos por el periódico *El Tiempo*, debido a su cobertura nacional y a la facilidad de acceso electrónico a números no actualizados y el género editorial, dado que en él se manifiesta de forma más directa la ideología

de un medio. Respecto a la temporalidad, no fue difícil, ya que está vinculada directamente con el momento en el que aparecen los editoriales elegidos. Finalmente, el número de piezas periodísticas (cuatro, dos por cada subtema) se decidió básicamente por una razón: la necesidad de delimitar el gran número de editoriales –con la complejidad del análisis que amerita una investigación de este tipo– frente a la obligación de ser consecuentes con nuestras limitaciones en recursos.

El debate sobre el objetivo general no llevó a la siguiente formulación:

Identificar, mediante el análisis crítico del discurso con perspectiva histórica, el tratamiento que dio el periódico *El Tiempo* en seis de sus editoriales a las víctimas de violaciones a los Derechos Humanos en los temas de: asesinato de los diputados del Valle del Cauca y “falsos positivos”.

En cuanto a los objetivos específicos, decidimos:

- Explorar el trasfondo histórico, político y social en el que se desarrollan los temas de fenómeno de “falsos positivos” y asesinato de los diputados del Valle del Cauca.
- Identificar las macroteorías que subyacen en el tratamiento que dio el periódico *El Tiempo* en seis de sus editoriales a las víctimas de violaciones a los Derechos Humanos en los temas elegidos.
- Identificar las teorías de rango medio que subyacen en el tratamiento que dio el periódico *El Tiempo* en cuatro de sus editoriales, a las víctimas de violaciones a los Derechos Humanos en los temas elegidos.
- Identificar la información etnográfica existente alrededor de los dos temas elegidos.

LOS ELEMENTOS DEL ANÁLISIS

El *Análisis Crítico del Discurso*, ACD, y dentro del mismo, la línea denominada *Historicidad en el análisis crítico del discurso*, parte de un concepto de crítica social que posee tres aspectos interrelacionados, los dos primeros con la dimensión de lo cognitivo que se refieren a la crítica del texto en busca de descubrir incoherencias, contradicciones, paradojas o dilemas en las estructuras internas del mismo; y a la utilización del conocimiento de trasfondo y del contexto por parte del investigador para ubicar las estructuras comunicativas o interactivas del acontecimiento discursivo en un marco amplio de relaciones políticas y sociales particulares. Un tercero, vinculado con la dimensión de la acción, se refiere a la crítica de carácter pronosticador que le otorga al investigador la posibilidad de sugerir una transformación en el lenguaje de los

El conflicto armado colombiano, al igual que otras guerras internas, ha entrado en un proceso en el que las víctimas de la violencia se producen mayoritariamente entre la población y no entre los combatientes armados

actores y del contexto en el que se enmarcan los discursos (Wodak, 2003).

Con base en lo anterior, construimos una matriz que tuviese en cuenta los siguientes elementos en cada uno de los editoriales seleccionados, al momento de ser analizados:

En lo textual

Lo narrativo, es decir, los actores, las acciones, los lugares.

Lo estilístico: los tópicos, el uso de adjetivos dirigidos a personas, la despersonalización o ambigüedad de los sujetos.

Lo ideológico: lo que se predica del sujeto; un modo de vida propuesto como válido; los modelos o soluciones sociales que los sujetos siguen y lo que se dice o se rechaza.

En lo contextual

Información etnográfica del contexto específico, entendida como aquella que da cuenta del contexto en el que se producen y circulan los discursos, tales como declaraciones de prensa, editoriales y entrevistas.

El trasfondo histórico, referido a los acontecimientos que en el largo plazo han antecedido a cada uno de los textos elegidos.

Las teorías de rango medio², entendidas como las posiciones explicativas de fenómenos que específicamente ocurren en Colombia.

Las Macroteorías, entendido el término desde la sociología como las grandes teorías explicativas que dan cuenta del conjunto de los fenómenos sociales.

Lo que esperábamos con la aplicación de estos elementos era:

- El establecimiento de la interdiscursividad y de la intertextualidad en el discurso.
- La exploración de ámbitos que nos permitieran buscar macroteorías.
- La exploración de ámbitos que nos permitan buscar teorías de rango medio.

2. La Teoría de rango medio es lo que relaciona a la observación con el paradigma, la ontología o la filosofía. Se trata de una teoría de fenómenos sustantivos del comportamiento humano en su contexto cultural o social (Williams, 2005).

- La aplicación del análisis narrativo, estilístico e ideológico a los textos.
- La interpretación de los significados resultantes.

ALGUNOS HALLAZGOS PRELIMINARES

En un primer ejercicio realizado con base en el editorial *¿Quién mata a los jóvenes?* (ver cuadro siguiente), aparecido el 30 de septiembre de 2008, podemos mostrar los siguientes hallazgos:

En lo textual

Dado que el titular del editorial está planteado a modo de pregunta *¿Quién mata a los jóvenes?*, se espera una respuesta en su contenido pero ésta no se da, aunque parezca que sí. La pregunta es general, no está referida a un momento ni a un lugar específicos y, en el desarrollo del escrito, se desvía de *quién mata a los jóvenes* a *quién los recluta*.

En el editorial no aparece en ningún momento la categoría víctimas para designar a los jóvenes mencionados a pesar de que la descripción de los hechos en los cuales desaparecieron, y que hace parte del contenido del editorial, los colocaría en esta categoría.

Los actores que encontramos mencionados en este editorial son: jóvenes de los barrios marginales del Bogotá y Soacha; F.F.A.A.; Jóvenes militares; Ministerio de Defensa; Vicepresidencia; gobierno; Naciones Unidas; grupos ilegales; unidades militares; reclutadores; bandas criminales (bacrim); madres; nuevos grupos armados ilegales.

En este caso en particular merece destacarse un fenómeno: los actores citados como ejecutantes de las acciones negativas son “las llamadas ‘bacrim’ –bandas criminales” – es decir, actores sin una identidad definida –incluso sin identidad grupal, ya que el término está escrito en minúscula. Decir “los llamados” también im-

Editorial analizado

¿QUIÉN MATA A LOS JÓVENES?

Continúan los interrogantes sobre la misteriosa desaparición de veinte jóvenes de los barrios marginales de Bogotá y Soacha que luego fueron reportados por el Ejército como bajas de combate en Norte de Santander. Las hipótesis y escenarios que hoy barajan las autoridades son una más escabrosa que la otra y reflejan preocupantes dinámicas con respecto a los nuevos grupos armados en el conflicto.

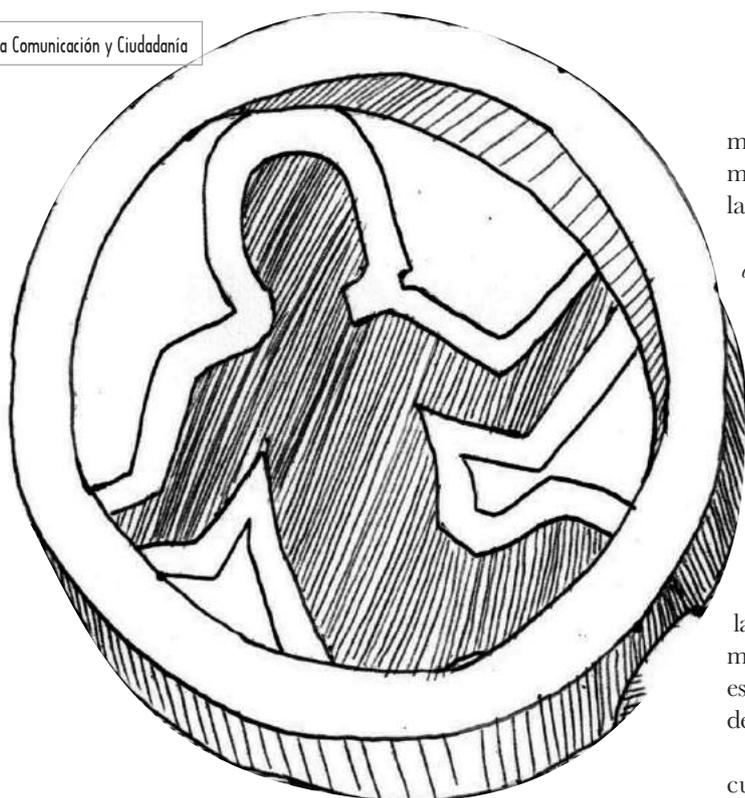
En muchos de los casos, el lapso transcurrido entre el reporte de la desaparición y el registro del deceso en combate es sospechosamente corto. ¿Indica esto que se está ante más casos de ‘falsos positivos’? ¿Cómo encajaría aquí lo del reclutamiento forzoso? Sería inimaginable que se estuviera ante una tenebrosa “cadena de la muerte” entre reclutadores en los barrios pobres que convencen a los jóvenes, militares que los asesinarían apenas llegan y fiscales y otras autoridades que certificarían las muertes. Si semejante escenario llegara a comprobarse, pondría en tela de juicio los reportes de bajas en combate y lesionaría la percepción muy positiva que las ff.aa. han ganado en los últimos años. Ni hablar de las graves implicaciones en materia de violaciones de derechos humanos, ahora que el Gobierno trabajará con Naciones Unidas en este tema.

Otro aspecto siniestro es el del reclutamiento por parte de los nuevos grupos ilegales de jóvenes de bajos recursos en los extramuros de Bogotá. Las llamadas ‘bacrim’ –bandas criminales– pescan en el río revuelto de la marginalidad, la pobreza y falta de oportunidades, que es el día a día de cientos de miles de desempleados que constituyen potencial carne de cañón para la delincuencia armada y el conflicto.

Sería incomprensible ignorar estos llamados de alerta tanto con las sospechas de los “falsos positivos” de las unidades militares como con el incremento de denuncias de reclutamientos en las zonas marginales de Ciudad Bolívar, Bosa y otras áreas urbanas deprimidas del país. Ya el Ministerio de Defensa y la Vicepresidencia anunciaron que la investigación de estos hechos “llegará a las últimas consecuencias”. Es la actitud correcta, y lo primero sería absolver estos interrogantes: ¿quién los reclutó y con qué fines? ¿Murieron en combate? ¿Fueron raptados y eliminados para ‘falsos positivos’? Es lo mínimo requerido para explicar a las madres de estos jóvenes las verdaderas causas de sus muertes; para destapar estas “cadenas de muerte” o para enfrentar con decisión las estrategias de reclutamiento de los nuevos grupos armados ilegales.

editorial@eltiempo.com.co

Sección Editorial – opinión. Fecha de publicación: 30 de septiembre de 2008.



plica que ni siquiera hay certeza de que pueda dárseles esta denominación. Además se usa el neologismo³ “bacrim”, que despersonaliza aún más su identidad. Por otra parte, no se menciona a ningún actor con nombre propio.

Los lugares aludidos son: Ciudad Bolívar, Bosa, Soacha, Norte de Santander; barrios pobres; los extramuros de Bogotá. Algunos podrían precisarse desde el punto de vista geográfico (Soacha, Bosa, Ciudad Bolívar) pero otros resultan bastante ambiguos (los extramuros de Bogotá).

Los verbos usados en el texto son: continúan, sería, convencen, fueron, son, asesinarían, certificarían, pondrían, lesionaría, pescan, constituyen, anunciaron, llegará, absolver, murieron, fueron, explicar, destapar y enfrentar.

Llama la atención en particular el uso constante que se hace de los verbos en tiempo condicional simple o pospretérito, es decir el tiempo que describe una acción que sucedería si se cumple una condición (sería, certificarían, pondrían, lesionaría). La explicación que damos a este empleo verbal es que el medio no se compromete a hacer afirmaciones: solamente especula acerca de que lo probablemente estaría ocurriendo con el fenó-

.....
3. Neologismo es toda palabra de creación reciente o recientemente tomada de otra lengua, o toda acepción nueva que se le da a una palabra antigua. Los hay “De forma” que consisten en fabricar nuevas unidades gracias a procedimientos como la prefijación, la sufijación, el truncamiento, el préstamo o el empleo de siglas, y “De sentido”, que consiste en emplear un significante ya existente otorgándole un contenido que no tenía anteriormente (Chamizo, 1999).

meno de los “falsos positivos” y también sobre las medidas que eventualmente tendrían que tomar las autoridades para dar solución al mismo:

Sería incomprendible ignorar estos llamados de alerta tanto con las sospechas de los “falsos positivos” de las unidades militares como con el incremento de denuncias de reclutamientos en las zonas marginales de Ciudad Bolívar, Bosa y otras áreas urbanas deprimidas del país.

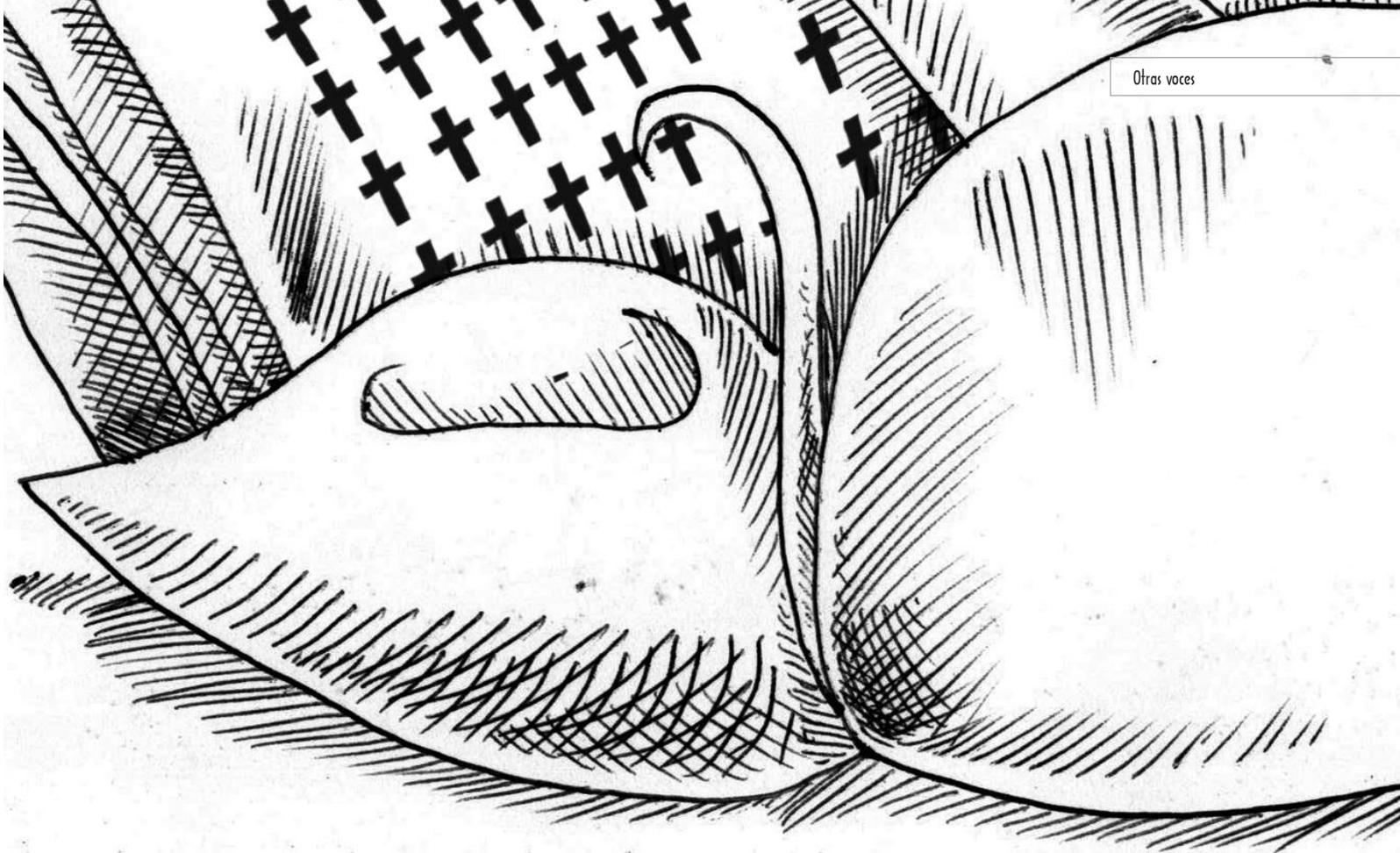
Por otra parte, son pocas las acciones que se asignan explícitamente a un actor mediante un verbo conjugado en tiempo presente del modo indicativo. Es el caso de la afirmación: *Las llamadas ‘bacrim’ –bandas criminales– pescan en el río revuelto de la marginalidad.* Se habla de que las “bacrim” “pescan en río revuelto”, es decir, una metáfora que tampoco explicita las funciones que están desempeñando, sino que las enmascaran y las deja en la ambigüedad.

Otro elemento importante para tener en cuenta en el análisis es el uso permanente de eufemismos⁴ que contribuyen a que el lenguaje del editorial sea mucho más “aséptico”. Es el caso de expresiones como “falsos positivos”, *bajas en combate, deceso en combate, reclutamiento forzoso, raptados y eliminados, áreas urbanas deprimidas del país y reclutadores* que bien podrían ser reemplazadas por: muerte en combate, desaparición forzada, desaparecidos y asesinados, zonas pobres del país y secuestradores. Suponemos que la proliferación de estos vocablos se da porque no resulta políticamente correcto para el medio de comunicación utilizar los términos precisos.

En cuanto a los adjetivos que se encuentran en el texto, se aplican a situaciones, mas no a personas. Vemos entonces expresiones como *misteriosa desaparición; preocupantes dinámicas y tenebrosa “cadena de la muerte”.*

En lo que concierne a los modelos o soluciones sociales que los sujetos siguen, se plantea una salida al problema desde lo institucional cuando en el editorial se menciona: *Ya el Ministerio de Defensa y la Vicepresidencia anunciaron que la investigación de estos hechos “llegará a las últimas consecuencias”.* *Es la actitud correcta.* El término *últimas consecuencias* está entre comillas, lo cual puede significar una ironía (debido a que se ha convertido en un lugar común en boca de las autoridades cuando se habla de esclarecer hechos) o simplemente se entrecomilla porque se ha tomado textualmente.

.....
4. Con el empleo de los eufemismos se busca imponer un lenguaje metafórico para brindar una naturaleza ambigua a las palabras con el fin de vaciarlas de un contenido semántico que podría resultar negativo (González, 2009).



En lo contextual

Sobre la información etnográfica del contexto específico que encontramos en los medios de comunicación podemos citar en la misma fecha en el diario *El Tiempo*, una noticia bajo el título *Grupo Élite investigará las desapariciones en Soacha*, cuyo lead dice: “La desaparición y posterior muerte de varios muchachos del sur de Bogotá en Ocaña (Norte de Santander) y Cimitarra (Santander), donde fueron reportados por el Ejército como muertos en combate, y la eventualidad de que haya de por medio ‘falsos positivos’, tiene las alarmas encendidas en la Casa de Nariño”.

Antecedentes a este editorial, varias notas publicadas en febrero de 2007 a propósito de los hechos en los que los oficiales del Ejército Javier Efrén Hermida y Luis Barrero fingieron haber evitado atentados explosivos con bombas en Bogotá, con el fin de obtener sendas recompensas por sus acciones, maniobra que fue descubierta luego y que sirvió para designar por primera vez el fenómeno con la denominación de falso positivo. De igual manera, encontramos en la red, las declaraciones de la ong cinep del 18 de octubre de 2007, en las que sus voceros afirman: “Nos parece importante señalar, como elemento de preocupación y análisis, que a lo largo del periodo en cuestión hemos ido observando que el método más evidente y predominante de involucramiento y victimización de la población civil en el conflicto

en este Gobierno es la implementación de los llamados “falsos positivos”, que son aquellos hechos en los cuales miembros de la Fuerza Pública han venido torturando, desapareciendo, amenazando, ejecutando o deteniendo arbitrariamente a campesinos, indígenas, líderes comunitarios a quienes presentan en los medios masivos de información como “guerrilleros dados de baja en combate” o como importantes “logros de la Fuerza Pública en desarrollo de la llamada política de seguridad democrática”⁵. Destaca el hecho de que en el editorial no se toma ningún elemento del contexto referido, para tratar de dar alguna explicación a la muerte de los jóvenes.

Como trasfondo histórico de nuestro análisis podemos tomar los casos de desaparición forzada⁶ ocurridos en el Cono sur en las décadas del setenta y el ochenta; igualmente, en Colombia los hechos ocurridos el 6 de noviembre de 1985 en la toma del Palacio de Justicia, en los que se denun-

5. Ver en la página <http://www.dhcolombia.info/spip>.

6. Entendida como el arresto, la detención, el secuestro o cualquier otra forma de privación de libertad, cometida por agentes del Estado o por personas o grupos de personas que actúan con la autorización, el apoyo o la aquiescencia del Estado, seguida de la negativa a reconocer dicha privación de libertad o del ocultamiento de la suerte o el paradero de la persona desaparecida, sustrayéndola a la protección de la ley. Estipulada en la Convención internacional para la protección de todas las personas contra las desapariciones forzadas, 23 de septiembre de 2005.

ció la desaparición de varios sobrevivientes. No se hace mención a este trasfondo en el editorial, probablemente debido a que en ningún momento se reconoce la existencia del delito de desaparición forzada para el caso de los jóvenes de Soacha.

Con respecto a las teorías de rango medio que subyacen a este escrito, la más evidente es la que respalda la creencia de que en Colombia han surgido nuevos grupos armados, desde la desmovilización de los paramilitares en 2003, con nuevas estructuras delictivas⁷, teoría que se opone a la que plantea que la desmovilización de 2003 no fue exitosa y que los grupos que se comprometieron en la misma siguen delinquirando. En el editorial objeto de nuestro análisis lo anterior se refleja de manera reiterada en tres oportunidades, dos en las que se hace mención al *reclutamiento por parte de los nuevos grupos ilegales*, y una que habla de los nuevos grupos armados en el conflicto.

En lo que concierne a las macroteorías, retomamos a Eric Hobsbawm (2001), quien explica que las mafias surgen como aparatos jurídicos y económicos paralelos capaces de resolver conflictos mediante el pago de favores o de la llamada “protección”, a la vez que conforma núcleos locales de poder que se alían con los representantes de la polí-

7. Uno de los investigadores que respalda esta teoría es Alfredo Rangel (2007) cuando expresa que el paramilitarismo definido como un proyecto contrainsurgente desapareció, que la desmovilización ha permitido superar ese fenómeno, pero que no puede desconocerse la existencia de antiguos y nuevos grupos armados de origen paramilitar que aún operan como bandas al servicio del narcotráfico.

tica a partir de intereses comunes. El editorial insinúa una posible relación entre las bandas criminales y las autoridades militares, cuando afirma: Sería inimaginable que se estuviera ante una tenebrosa “cadena de la muerte” entre reclutadores en los barrios pobres que convencen a los jóvenes, militares que los asesinarían apenas llegan y fiscales y otras autoridades que certificarían las muertes”.♦

BIBLIOGRAFÍA

CAMPUZANO, LIBARDO (2007). *La estrategia terrorista. Las razones del Presidente Uribe para no aceptar la existencia de un conflicto armado en Colombia*. Bogotá: Centro de pensamiento Primero Colombia.

CEPEDA, IVÁN Y KLAUDYA GIRÓN (2008). “Las organizaciones de víctimas como actores sociales”, en Wilson López, Annette Pearson y Blanca Patricia (editores). *Victimología. Aproximación psicosocial a las víctimas*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

COMISIÓN NACIONAL DE REPARACIÓN Y RECONCILIACIÓN (2009). *La masacre de El Salado. Esa guerra no era nuestra*. Segundo gran informe del grupo de memoria histórica. Bogotá.

DÍAZ, FERNANDO (2008). *Las víctimas y la legislación internacional*. Universidad Javeriana. Bogotá.

HOBBSAWM, ERIC (2000). *Bandidos*. Barcelona: Editorial Crítica.

KALDOR, MARY (2001). *Nuevas guerras. Violencia organizada en la era global*. Barcelona: Tusquets.

MEDIOS POR LA PAZ (2005). *Para desarmar la palabra, diccionario de términos del conflicto y la paz*. Bogotá, octubre.

NERLICH B., CHAMIZO DOMÍNGUEZ PJ. (1999). *Cómo hacer cosas con palabras polisémicas: El uso de la ambigüedad en el lenguaje ordinario*. Contrastes, pp. 77-96.

ORTIZ RIVAS, HERNÁN (2006). *Cartilla de Derechos Humanos*. Bogotá.

PIZARRO LEONGÓMEZ, EDUARDO (2004). *¿Cómo caracterizar el conflicto armado en Colombia?* Bogotá: Editorial Norma.

WALDMAN, PETER (2003). *Guerra Civil, terrorismo y anomia social. El caso colombiano en un contexto globalizado*. Bogotá: Editorial Norma.

WILLIAMS, EDUARDO (Editor) (2005). *Etnoarqueología, El contexto dinámico de la cultura material a través del tiempo*. México: Colegio de Michoacán.

WODAK, RUTH; MEYER MICHAEL (2003). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Editorial Gedisa.

WODAK, RUTH (2006) *Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis*. Handbook of Pragmatics, Benjamins.

WODAK, RUTH (2006a) *Mediation between discourse and society: assessing cognitive approaches*. Discourse Studies 8:1 pp. 179-190.

Medios: encuadre y poder

MAURICIO VERA SÁNCHEZ

Comunicador Social-Periodista. Especialista en Televisión y Estética. Coordinador del Área de Producción, Facultad de Comunicación Social-Periodismo, Universidad Externado de Colombia.
mauricio.vera@uexternado.edu.co



El paso por Colombia del prestigioso investigador Stephen Reese, quien estuvo celebrando con conferencia magistral el Día del Periodista en las instalaciones de la Universidad Externado de Colombia, nos reitera que los medios de comunicación son fundamentalmente escenarios de poder, en distintos niveles pero siempre con una alta capacidad de dar contorno y definir las diversas situaciones sociales. Igualmente, que cada empresa mediática, así como cada periodista, encuadrarán de acuerdo con sus convicciones, valores e intereses el tratamiento de la información.

Como lo define Reese, una de las características centrales de los medios periodísticos como dispositivos culturales y simbólicos es encuadrar determinada situación, es decir, establecer un marco de referencia, un principio organizativo sobre el cual elaborar un contenido, plantear un discurso y un enfoque, sentar un punto de vista que les permita a las audiencias tener la información adecuada y suficiente para la toma de decisiones, tanto sociales, culturales o políticas. El periodismo, entonces, no cabe duda, es posibilidad y oportunidad de poder, y los medios son, en ese sentido, lugares de poder.

Así, la naturaleza vital que subyace a todo quehacer periodístico es la de canalizar y poner en circulación una ideología particular, es decir, encuadrar la información, ordenarla de acuerdo con líneas editoriales rectoras y bajo una ética profesional que define aquello que es o no publicable. Esa es su naturaleza y esencia, su nobleza y libertad, pero a la vez puede ser su exceso y condena.

En este sentido, se hace necesario reflexionar en torno a cuál es el papel que deberían jugar las empresas mediáticas en el manejo de la información para la construcción de lo público, de tal manera que éstos puedan pensarse y desearse como escenarios del debate colectivo y político.

Es claro, entonces, que los medios como proyectos culturales, pero especialmente como organizaciones empresariales con ánimo de lucro, buscan una reproducción ampliada del capital a través de la producción de cierto tipo de información que sea rentable, por tanto tenderán a encuadrar las diversas situaciones sociales, culturales y políticas de tal manera que pueda favorecerse sus intereses sobre los de la sociedad en su conjunto. En consecuencia, esto los dota de la capacidad de configurar mapas de poder, focalizando la atención sobre aquellos temas que se ajusten, precisamente, a sus encuadres.

Por tal motivo, y en aras de la seriedad y la ética profesional que debe orientar el manejo de la información, así como en la capitalización

Una de las características centrales de los medios periodísticos como dispositivos culturales y simbólicos es encuadrar determinada situación, es decir, establecer un marco de referencia, un principio organizativo sobre el cual elaborar un contenido

que permanentemente deben hacer los medios y los periodistas de sus niveles de credibilidad, éstos deberían ser claros con la audiencia a la hora de sentar la posición editorial frente a determinado proponente político, con la suficiente entereza periodística de reconocer las bondades y debilidades que para el bien común podrían traer sus propuestas, de dar reconocimiento a los que no comparten sus maneras de encuadrar la realidad nacional.

De esta manera podría resultar irresponsable pensar, e incluso poco deseable y conveniente esperar, que las empresas informativas, y en ellas los periodistas, tienen un deber de ser absolutamente imparciales frente al acontecer político. Es claro que de lo que se trata es, en cambio —como lo propone Stephen Reese— es de una exigencia ética ineludible tanto de periodistas, editores y propietarios frente a la transparencia más que hacía una utópica objetividad que la historia de los medios de comunicación nos demuestra que nunca ha existido.

Si el asunto es más de transparencia que de objetividad, lo que el periodismo serio, responsable y honesto hace es posibilitarles a los ciudadanos ubicar las fuentes de la información, permitirles saber con mayor certeza de dónde proviene y los intereses que ésta tiene, así como comprender cuál es el lugar desde donde se produce y el marco ideológico que justifica determinado tipo de enfoque o tratamiento en la misma.

En este sentido, las noticias, temas, aspectos de la realidad que el periodismo produce y los medios circulan son, evidentemente, una manera particular de mirar el mundo, lo que implica que esta mirada debe obligatoriamente focalizarse en una dimensión más amplia: la de lo público, y en un propósito más noble: el bien común. Es decir, en el debate político el periodismo promueve una definición particular de los problemas que como sociedad nos afectan, hace una interpretación causal de los fenómenos sociales, culturales y económicos, ubica los actores en juego y traza rutas de solución y discusión colectiva en torno a aquello que nos compete a todos.

El periodismo entendido así es, para Reese, un puente que debe promover el diálogo entre las perspectivas nacionales y globales, establecer cuadros de reconocimiento intercultural, propiciando una dimensión más cosmopolita de la información frente a las tendencias oficialistas, gubernamentales y totalizadoras, haciendo del periodismo una fuerza para la libertad y la transparencia social

La responsabilidad profesional del periodismo en lo político está, entonces, en propiciar los espacios mediáticos para el diálogo y la conversación entre los diversos actores políticos y sus respectivas posturas ideológicas, sus cosmovisiones, entre la heterogeneidad de ideas y planteamientos, todos válidos en la arena del debate público y con derecho a ser expuestos, rebatidos y acogidos por los ciudadanos, que al igual que los medios deben tener en perspectiva el beneficio común cuando de participar y decidir el rumbo social, cultural, económico y político de la sociedad se trata.

El periodismo entendido así es, para Reese, un puente que debe promover el diálogo entre las perspectivas nacionales y globales, establecer cuadros de reconocimiento intercultural, propiciando una dimensión más cosmopolita de la información frente a las tendencias oficialistas, gubernamentales y totalizadoras, haciendo del periodismo una fuerza para la libertad y la transparencia social.

Sobre estos y otros aspectos de los medios, la investigación, la política y el poder, *Comunicación y Ciudadanía* conversó con Stephen Reese.

¿Cómo describiría el proceso de concreción de los contenidos periodísticos en los medios desde el modelo por usted desarrollado, donde se contemplan los niveles individuales, de procedimientos, de organización, de extramedios e ideológicos como categorías para analizar la información?

Obviamente el periodismo es llevado a cabo por individuos profesionales, supervisores de portales de internet y editores, por ejemplo, pero dentro de un contexto institucional y bajo perspectivas ideológicas y culturales específicas. Por lo tanto, el modelo de influencias por niveles es una manera de pensar en todas estas perspectivas al mismo tiempo y no para determinar cuál es predominante o tiene más poder, sino que toma todas éstas como parte de un contexto jerárquico, mientras se examina alguna de las perspectivas en

particular. Los periodistas reúnen las noticias dentro de rutinas establecidas, contextos y presiones institucionales, con perspectivas en la sociedad que no son exclusivamente ideológicas. La esencia del modelo es tomar en cuenta las diferentes influencias, simultáneamente.

Desde su perspectiva, ¿la ideología debería ser entendida como el nivel macro desde el cual efectuar un ejercicio investigativo y teórico sobre el contenido de los medios, es decir, entenderla como la gran abrazadera que envuelve todo análisis?

Pensar acerca de esto es lo más difícil para muchos. En lo referente a la investigación en los Estados Unidos, se toma el nivel individual, en una construcción muy enfocada en la actitud de los periodistas. Sin embargo, nosotros vemos la ideología como el aire que se respira en el contexto en que ocurren todas las demás actividades. La ideología es una manera de comunicar que los medios practican y tiene implicaciones para el poder que necesitan ser consideradas en cuanto a quiénes privilegian y a quiénes les da poder, puesto que esto no ocurre en un medio neutral de valores e ideologías. En ese aspecto, la ideología es más macro, pues el resto pueden verse como una manera de darle significado a más amplias implicaciones ideológicas.

Si la ideología se define más como una estructura y un fenómeno social que como un sistema individual de creencias, ¿esto hace suponer que existe algo que está más allá de los sujetos mismos que componen la organización, una especie de superestructura que direcciona el quehacer profesional de los periodistas?

Sí, definitivamente el individuo periodista tiene su ideología profesional por más vaga que ésta sea, es decir, posee valores y actitudes personales pero participa dentro de una ideología más amplia en la cual estos valores y actitudes se conectan y refuerzan, así que se tiene que tener

en cuenta esta ideología social más amplia para entender cómo los periodistas justifican su trabajo y dentro de qué límites están operando.

¿Podríamos afirmar que los medios son fundamentalmente resultado de posturas ideológicas concretas, de cosmovisiones particulares, y que como ideologías están ineludiblemente ligadas a escenarios y ejercicios de poder? Así, ¿toda comunicación es en esencia poder?

Sí, estoy de acuerdo. Para mí, esto son los medios. Cuando miro las rutinas de trabajo y estos valores, siempre trato de determinar la suma de todas, es decir, ubicar qué objetivos tienen los medios, a qué intereses están apoyando, no solo tomando en cuenta nuestro encuadre ideológico, aisladamente. Sin duda, la comunicación es una expresión de poder; la dificultad, obviamente, se encuentra en que es un poder que está siendo adaptado y alterado cuando se presentan oportunidades de retar a los intereses predominantes. Así, la comunicación no es estática: es un proceso dinámico de negociación y cambio.

A menudo pensamos que el poder es vertical, que existen instituciones por encima dictando sus intereses a quienes están debajo, pero eso no significa necesariamente que el individuo tiene menos poder que la institución. Igualmente, existe la idea del poder horizontal, y siento que los académicos están siempre buscando el balance entre la idea de que los medios solo son una expresión de los intereses del poder y que no poseen un poder intrínseco o que, por el contrario, los medios pueden hacer lo que quieran sin consecuencias para el poder institucional.

Me parece que el balance correcto se encuentra entre estos dos extremos. Al parecer el poder se redistribuye con la fragmentación y distribución de productos de la globalización, como boletines de ciudadanos, por ejemplo. El poder sigue allí pero se distribuye de maneras diferentes, ya que éste no es un concepto monolítico y vertical sino que el poder se vive permanentemente fragmentando, y en esa recomposición del poder que se fragmenta surgen posibilidades de mayor horizontalidad.

¿Qué diferencia existe entre los enfoques positivistas y críticos frente al análisis de contenido de los medios, y cuáles son sus experiencias al respecto?

Este es un tema recurrente en la tradición investigativa en comunicación. Hay quienes creen que solo lo que debemos observar en la investigación y análisis de medios está en lo que se puede contar, medir y clasificar, que es la visión predominantemente positivista. Sin embargo, la perspectiva crítica dice que lo que no está allí en estadísticas es también importante, así que el reto está en desarrollar la metodología para leer entre líneas, es decir, indagar con mayor profundidad qué mensajes pudieron haber estado allí en lugar de los que se publicaron, o sea, aquello que se quedó por fuera y no exclusivamente lo que está encuadrado. Ambos enfoques son importantes, pero particularmente hago más análisis interpretativo, pues quiero ver lo que podría estar allí en estado latente u omitido, y no restringirme a lo que explícitamente está en los contenidos.





¿Es posible medir empíricamente, con datos, algo tan abstracto como lo es la ideología y su influencia en los contenidos?

Empíricamente es posible pero no es suficiente tener tan solo el análisis empírico. Quieres saber lo que está allí, lo que está ocurriendo, pero también traer el aspecto interpretativo a la situación, por eso me gusta la investigación de *teoría del encuadre (framing)*, que toma la ideología, que es muy abstracta, y al mismo tiempo identifica ejemplos concretos, así como empíricos. Así, se debe trabajar constantemente de lo empírico a lo interpretativo.

Todo contenido indudablemente refleja una postura y un interés de poder. Siendo así, ¿cuál es el mapa de poder que se configura hoy en los Estados Unidos a través de los contenidos de los medios? ¿Qué ideologías marcan tendencia?

Creo que el mapa de poder en los Estados Unidos está en transición. Hasta hace poco había mucho énfasis en el enfoque de Washington D.C., por ejemplo las noticias en televisión eran mayoritariamente de corte oficialista, gubernamental. Sin embargo, este énfasis se ha trasladado más hacia temas de interés humano, más anecdótico

podríamos decir y, especialmente, a otras partes del país y con un carácter menos oficial. Creo que el cambio es un nuevo mapa del poder en el cual se puede descifrar quién tiene poder y quién no lo tiene, quién debe buscar el poder, quién debe entrar en los medios apartándose de la norma, siendo disidente o “*deviant*” para lograrlo. Definitivamente se han dado cambios en el mapa de distribución del poder en cuanto a la agenda étnica y racial, pero no hemos hecho una representación geográfica de estos cambios, se percibe una mejora, más balance, se puede ver un cambio social transcurriendo, claro está que aún existen expresiones de desigualdad. Asimismo, tenemos actualmente un presidente afro descendiente, lo que es hasta cierto punto el resultado del cambio en el escenario nacional del poder, y que influye ciertamente en promover y dinamizar modificaciones en la composición social que se vive en los Estados Unidos y que los medios están registrando.

¿Hasta qué punto los medios han contribuido hoy día a ensanchar y profundizar las brechas sociales más que a acercarla, no solo desde el punto de vista económico sino fundamentalmente simbólico?

dar contorno en la definición, precisamente, de lo que sucede en el entorno, incluso muy por encima de los contenidos y la voz de los medios; por eso hay que ser muy cuidadosos si uno está aceptando cierta definición de una manera no crítica. Igualmente, se pueden dar definiciones opuestas o multidireccionales en el ámbito del poder, por eso los estudiantes deben saber lo fácil que es para un gobierno controlar nuestras definiciones primarias. Es importante que los periodistas, tanto en procesos de formación como en ejercicio profesional, tengan conciencia de su propia autoridad y autonomía.

¿Cree que es vital el papel que juegan las políticas públicas en el ejercicio de control y regulación del poder que tienen los medios, de tal manera que la información que produzcan, emitan y circulen no sea interpretada amañadamente para favorecer intereses de élites económicas, políticas y culturales?

Sí, lo creo. En Estados Unidos se está dando el debate acerca de cuáles deben ser estas políticas, pues nuestra ideología ha sido de no querer controlar la prensa; el Estado no ha querido involucrarse con la prensa a causa de la división de poderes. Ciertamente, en cuanto a la concentración del poder creemos que lo más importante es el subsidio de periodistas independientes, dar apoyo a la creación de fundaciones sin ánimo de lucro y más bien con el ánimo de que existan medios no comerciales apoyados económicamente por el sistema. Cualquier mecanismo político y legal que le ayude a la gente a tener condiciones económicas favorables para poderse expresar a través de los medios, abrirá el espacio a voces que tengan más validez para todos los ciudadanos. Asimismo, las políticas públicas deben favorecer más una pluralidad de existencia de medios y controlar la concentración de los mismos en manos de grupos económicos poderosos.

Uno de los objetivos y las funciones de los medios es mantener los límites de la cultura, es decir del statu quo. Siendo así, ¿cómo caracteriza la relación entre los medios y lo que podríamos llamar las disidencias?

Estoy de acuerdo, creo que la función de los medios es vigilar las fronteras de lo normal, pero la pregunta debe ser cómo lo hacen. Si los medios determinan lo que es normal es debido a la interacción con muchos grupos de la cultura y contracultura o de disidencia y éstos expresan sus necesidades. Lo importante es que los medios no

No sabría como visualizar el impacto en las diferencias socioeconómicas como un factor aislado. Los medios, en su contenido de desigualdad, servirían muy bien para dibujar esta conexión. Creo que recientemente se ha incrementado la fragmentación y este es un problema junto con la polarización que genera la abundancia de programación política, por lo cual, si hablamos de los medios periodísticos, existe una verdadera necesidad de tener un organismo o instrumento social que reúna a las personas, pues con el fenómeno de noticias por cable, satélite, internet se ha dado mucha polarización y fragmentación de las noticias, a tal punto que se dificulta tener una conversación acerca de política.

Stuart Hall definía que lo que le confiere poder a los medios es su habilidad para definir determinada situación. En este sentido, ¿cuál sería el papel de las universidades en la formación de los periodistas para desarrollar dicha habilidad, para que desarrollen la capacidad de definir situaciones?

Creo que Stuart Hall tiende fuertemente a una perspectiva del poder de los medios en definiciones primarias y secundarias, es decir, los sitúa de manera unidireccional como una fuente poderosa para definir las situaciones políticas, culturales, económicas, etc. Sin embargo, la definición de toda situación social tiende a apoyarse en la capacidad de la cultura. Las instituciones oficiales, como el Estado y las universidades, son las que siempre tendrán mayor capacidad para

restringan demasiado lo que es normal, estando obligados a expandir las fronteras, permitiendo abrir espacios para que otras perspectivas tengan también su lugar. En ninguna sociedad todo puede ser normal, pues si fuese así no se necesitaría de normas. Debe existir un sistema que preserve los límites que son culturalmente adoptados. Hay que tener cuidado de no señalar que algo es anormal solo porque alguien ha tenido éxito en promocionar tal idea. Se debe estar seguro de que cuando algo se considera aceptable es porque es el resultado del balance de la cultura y las instituciones, de un consenso orgánico de diversos grupos sociales, políticos y culturales, y no una barrera artificial impuesta por un grupo de personas que sea disidente y se aparte de la norma.

Desde la responsabilidad social de los medios, desde su deber ser, ¿cómo pensar una dinámica que nos lleve desde los medios en las esferas del consenso hacia unas de la legítima controversia y, más allá, hacia las de las esferas de la disidencia?

El hecho es que queremos que lo importante sea legítimamente expuesto a controversia y no forzado. En ese sentido, en la medida que los medios estén más cercanos a la esfera de la legítima controversia estarán, por supuesto, cumpliendo su responsabilidad social. Sabemos que existen barreras, eso es natural, es solo una cuestión en la que los medios deben ser cautelosos, no apresurarse a crear controversias por algo que tal vez simplemente sea nuevo o no se haya visto antes. Las esferas se mueven constantemente, el problema es decidir cuál es la zona de controversia legítima, ya sea grande o pequeña, porque no cabe duda de que un gran reto para los medios es determinar y ubicarse en el equilibrio de la sana discusión pública.

No cabe duda de que los medios buscan hoy la reproducción ampliada del capital mediante la producción y difusión de noticias más lucrativas que periodísticas. En este sentido, ¿cómo pensar la función edición, es decir, cómo lograr el equilibrio entre un contenido socialmente útil, moralmente bueno y una rentabilidad económica para el medio?

Es posible tener un contenido responsable y obtener ganancias de él, no son incompatibles. En Estados Unidos el público está cansado de prácticas periodísticas irresponsables y va a “penalizar” a las compañías de medios que así lo hagan. Al contrario, lo que se puede argumentar es que el periodismo responsable pueda ser más lucrativo porque el público sabe que puede depender de la confiabilidad y veracidad de éste. ¿Cómo hacerlo? Aplicando el peso corporativo de roles profesionales en contra del lucro como único motivo. Así que a medida que se escuchen más voces puede existir una forma para mantenerse más conscientes los unos de los otros. Siempre hay oposición entre la vieja forma de emitir noticias y las formas sensacionalistas. Es un reto para los periodistas profesionales transformar aun las noticias más simples en noticias interesantes pero de una manera responsable.

¿Es posible trasladar sus planteamientos de la mediatización del mensaje en la producción a la mediatización del mensaje en la audiencia? ¿Cómo determina esto evidentemente lo que los medios producen?

Solía pensar en la mediatización de la política, no de los mensajes mismos. Supongo que dicha mediatización, realmente, significa que la política se ha vuelto impensable sin los medios, a los cuales anticipa en cada decisión tomada. Todo lo que hace es en función de los medios, por eso supongo que cuando una audiencia toma decisiones políticas está traduciendo lo que aprende de los medios, así que el público se convierte en parte del proceso. Los políticos, evidentemente, ensayan cómo van a aparecer en los medios y cómo le van a transmitir los mensajes a una audiencia básicamente mediática, de tal suerte que la política y los medios son puestos en el mismo nivel, no se hacen distinciones. No hay consciencia de que la política moldea los medios y de allí se forman opiniones acerca de los temas que la audiencia considera importantes.

¿Hasta qué punto las audiencias determinan el contenido de los medios?

Los medios anticipan lo que la audiencia va a responder, la respuesta positiva, así que ésta se debe tener en cuenta en términos de las decisiones tomadas en la elaboración de los conte-

 Lo que se puede argumentar es que el periodismo responsable pueda ser más lucrativo porque el público sabe que puede depender de la confiabilidad y veracidad de éste 

nidos. Por otro lado, las audiencias también se convierten en creadoras de medios. Tenemos a la audiencia de un lado y a los medios del otro, pero cada vez más la audiencia se convierte en creadora de contenido, y esto es absorbido por el sistema comunicativo social, de tal manera que se entrelazan audiencias y medios. Hay que tener en cuenta que las audiencias se vuelven actores de su propia creación, y eso ciertamente es lo que sucede en las nuevas maneras de comunicación, en las redes sociales. No obstante, siempre habría que preguntarse qué efecto tiene en la audiencia el consumo de esa política mediatizada.

¿Cómo el raiting refleja lo que el público desea ver en la televisión?

El *rating* es relativamente débil en términos de descifrar lo que la audiencia desea. El *rating* significa lo que es más popular entre las opciones con que se les presenta la oferta informativa a la audiencia, lo cual es una función y una necesidad de la estructura económica, política e institucional de las empresas informativas. De tal manera que el *rating* es tan solo el aspecto final de lo que fue producido y entregado a la audiencia, así que es algo, pero no lo es todo. Tal vez no mucho, realmente. Este factor de medición eminentemente cuantitativo es importante cuando se compara con otras organizaciones que producen contenidos similares (mi *rating* es mejor que el tuyo). Pero una mejor herramienta es posible, que cruce información empírica con una caracterización cualitativa de los usos y las preferencias de las audiencias.

¿Hasta qué punto las tendencias actuales de producción de información, como facebook y blogs, exigen modelos nuevos de acercamiento para analizar y entender los contenidos que se producen en estas plataformas, especialmente porque se producen en escenarios apartados totalmente del poder?

Es una pregunta muy compleja. Algo que nos concierne bastante es esta dificultad de separar los medios en general de los medios sociales. Algunos piensan, por ejemplo, que los *blogs* están compitiendo contra los medios tradicionales. Pues en algunos aspectos sí compiten con ellos, pero también lo que están haciendo es dándole distribución a estos medios tradicionales, conectándolos, dándoles contenido, entrelazándolos. Así que en ese aspecto los medios sociales son parte de una infraestructura que va más allá de los canales tradicionales. Eso es lo más interesante: cómo el trabajo de periodistas profesionales se filtra a través de estas redes sociales y



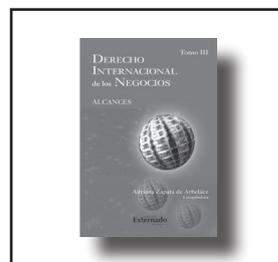
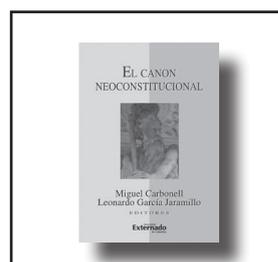
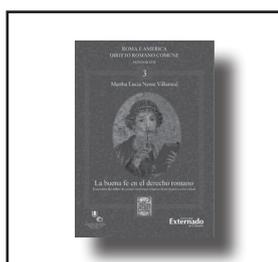
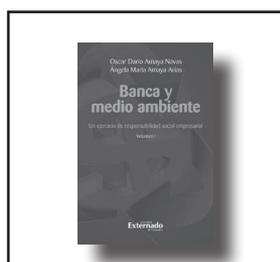
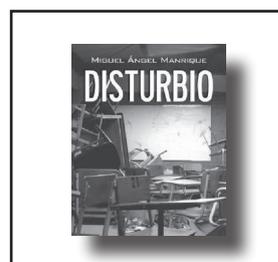
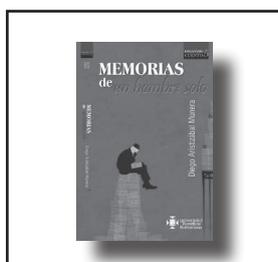
sus estructuras, y se distribuye. En el pasado, un periodista podía divulgar su trabajo tan solo a pocas personas y en una única plataforma, pero ahora con estos medios sociales se puede crear un efecto espiral y convertirse en una historia gigantesca, permitiendo el acceso a la información o a otro tipo de contenidos a muchas personas alrededor del mundo que de otra manera no la hubiesen visto o conocido. Así que para los periodistas, esa perspectiva no va en contra de su trabajo, sino que lo amplifica.

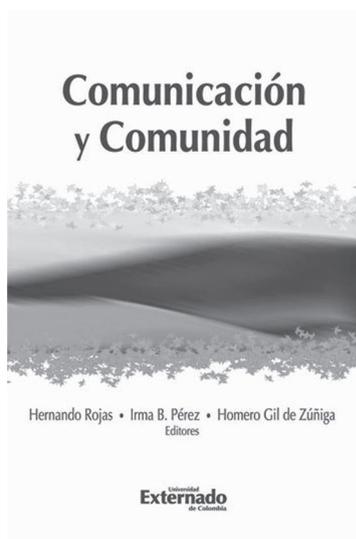
Ahora bien, hay personas que creen que el internet va a resolver todos los problemas y es importante mantener claro que aún hay mucho poder concentrado en ciertas áreas y que este poder tiene una influencia fuerte en cómo se construyen los procesos de los medios; por la tendencia en investigación de estos nuevos medios debe ser hacia una mirada multidimensional del fenómeno comunicativo contemporáneo.

¿Qué características debe tener hoy la formación de los comunicadores y periodistas para propender por una información más objetiva, más desligada de los círculos e intereses del poder pero ligada a las demandas e intereses sociales?

Objetividad es una palabra que tiene mucha carga, por lo tanto es difícil estar a favor o en contra de este concepto. Para mí, en particular, tiene muchos aspectos ideológicos y políticos, es complejo definirla de una sola manera. Es importante para los periodistas tener transparencia, esa sería una mejor palabra que objetividad, debido a sus dificultades ideológicas. La transparencia significa mostrar el cómo llegamos a una decisión y no pretender que no vino de ninguna parte y que nosotros no tuvimos algo que ver en ella, para de esta manera no evadir la responsabilidad social de la profesión periodística. ♦

RESEÑAS





COMUNICACIÓN Y COMUNIDAD

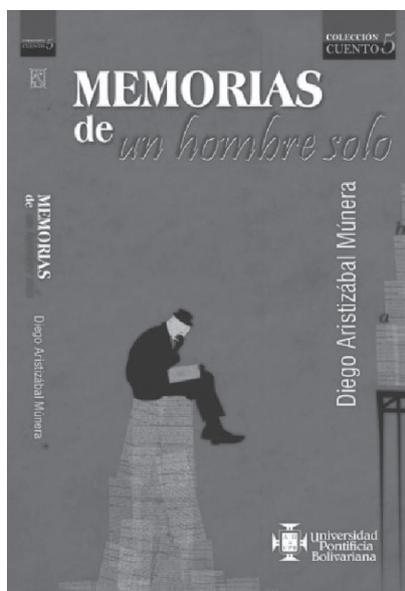
Autor: Hernando Rojas, Homero Gil de Zúñiga, Albert C. Gunther, Yariv Tsfati, Magdalena Wojcieszak, Eulàlia Puig-i-Abril, Ángel Gabriel Gaitán García, Ernesto Cárdenas, Eugenie Richard e Irma B. Pérez

ISBN/ISSN : 978-958-710-479-0

Año: 2010

Características : 14 x 21 cm., 232 pp. tapa rústica

El libro *Comunicación y Comunidad*, que contiene los resultados y el análisis comparativo de las investigaciones sobre “Comunicación y Participación Política Colombia 2006 y 2008” realizadas por el Centro para la Investigación en Comunicación Política (CICP) y la Universidad de Wisconsin-Madison, constituye un aporte importante para las ciencias sociales en Colombia, al combinar el análisis longitudinal de fenómenos comunicativos con una serie de análisis transversales sobre los medios de comunicación y la percepción de sus efectos, la conversación política, las nuevas tecnologías de la información, el poder, la polarización de la opinión pública, la participación política, así como diversas formas de ejercer la ciudadanía. Tanto los resultados de la investigación como las reflexiones que se realizan a partir de ellos ponen de relieve el papel fundamental que la comunicación viene cumpliendo como factor dinamizador de la opinión política en Colombia.



MEMORIAS DE UN HOMBRE SOLO

Autor: Diego Aristizábal Múnera

ISBN/ISSN: 978-958-696-826-3

Año: 2010

Características: 10 x 17 cm., tapa rústica, 162 pp.

“*Memorias de un hombre solo* es una obra compuesta por 13 historias que tienen en común la angustia y el deseo del hombre por entenderse mejor en un mundo que nunca está hecho a la medida. A través de estos relatos, el lector evidenciará pequeñas situaciones, pequeños espacios de una ciudad de invierno que empiezan a ser habitados por angustias que pocas veces se expresan en público, se comparten; al contrario, se guardan en la mente, en la conciencia como pequeños pecados que alimentan la culpa y los sueños. El resultado: un mayor conocimiento de lo que esconde en soledad todo ser humano”.

Diego Aristizábal Múnera



A LARISSA NO LE GUSTABAN LOS SCARGOTS

Autor: Sergio Ocampo Madrid

ISBN/ISSN: 9789584521293

Año: 2009

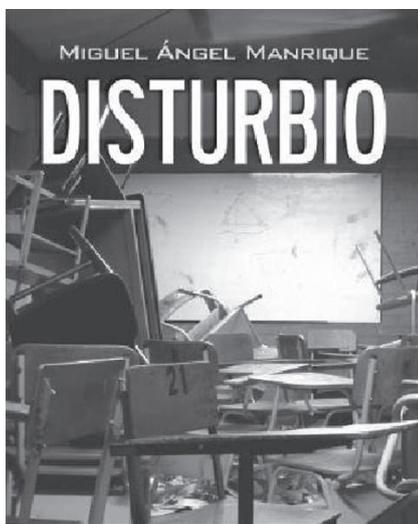
Características: 16 x 23 cm., tapa rústica, 192 pp.

Con la colección de cuentos *A Larissa no le gustaban los escargots*, de Sergio Ocampo Madrid, la literatura colombiana asiste a la irrupción de una narrativa que, dentro de los cánones más clásicos del uso del lenguaje, constituyen una verdadera novedad.

Ocampo Madrid demuestra con estos nueve cuentos que la magia del escritor siempre radicará en su capacidad de crear historias que cautiven la atención del lector y que ello es posible incluso dentro del más ortodoxo uso de las palabras. Con una exquisita elegancia aborda una inusual diversidad de temas que demuestran una erudición impresionante, así como una especial sensibilidad hacia el mundo que lo rodea.

A Larissa no le gustaban los escargots anuncia en Sergio Ocampo Madrid a un depurado narrador de quien se podrán esperar grandes cosas. No se trata de un autor en ciernes, sino de todo un escritor que sabe de su oficio y disfruta ejerciéndolo, para deleite del lector. Como lo han hecho los grandes narradores.

Gustavo Bell Lemus



DISTURBIO

Autor: Miguel Ángel Manrique

ISBN/ISSN: 9584221191

Año: 2009

Características: 22 x 14 cm., tapa rústica, 195 pp.

“*Disturbio* pinta un universo que necesita ser retratado: el misterioso universo de la Nacional, cerrado a veces sí y a veces no a la policía y el ejército, abierto siempre sí a vendedores de películas piratas, drogas y más crucialmente a miles de estudiantes de todo el país, expuesto a señalamientos de una opinión polarizada, y vulnerable al desorden y la burocracia del sector público. *Disturbio* inaugura entonces un importante capítulo en la novela de campus colombiana, un universo que necesitamos conocer urgentemente”.

Revista Arcadia



BANCA Y MEDIO AMBIENTE: UN EJERCICIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Autor: Oscar Darío Amaya Navas y

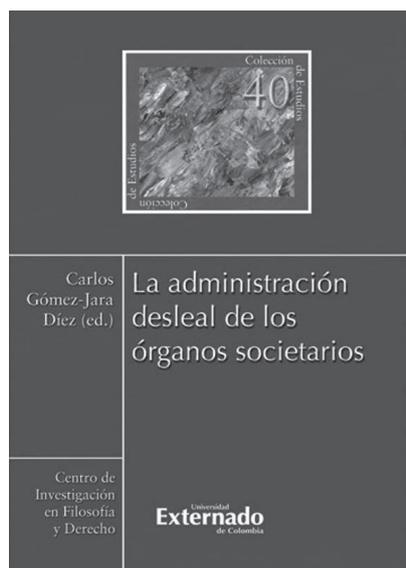
Ángela María Amaya Arias

ISBN/ISSN : 978-958-710-541-4

Año: 2010

Características : 14 x 21 cm., vol. I, 142 pp.
tapa rústica

El libro *Banca y medio ambiente* identifica elementos centrales del concepto de responsabilidad social empresarial con el fin de analizar temas como el ambientalismo corporativo, la banca ética y la ecoeficiencia, explicando claramente la manera como estos conceptos son aplicables a la gestión bancaria mediante la implementación de políticas y decisiones que fomenten el equilibrio entre rentabilidad económica y desarrollo sostenible. Los autores exponen casos de gestión ambiental del sector financiero en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica, así como en la banca multilateral, para finalmente abocar el estudio del caso colombiano, y advierten que el reto que enfrenta la banca es el de superar la motivación filantrópica de la responsabilidad social empresarial para convertirla en un elemento generador de rentabilidad para el propio sector.



LA ADMINISTRACIÓN DESLEAL DE LOS ÓRGANOS SOCIETARIOS

Autor: Carlos Gómez-Jara Díez (editor)

ISBN/ISSN : 978-958-710-478-3

Año: 2010

Características : Colección de
Estudios n.º 40, 15 x 21 cm., rústica, 208 pp.

Resulta difícil negar que *La administración desleal de los órganos societarios* goza de una notable actualidad. Basta echar un vistazo a los procesos penales asociados a los escándalos empresariales desatados a comienzos del siglo XXI para comprobar que, en la mayoría de casos, el tipo de conducta que se reputaba delictivo giraba en torno a la administración desleal societaria. La crisis financiera del año 2008 y las previsibles investigaciones penales de las conductas gestoras de los órganos societarios de empresas tales como Lehman Brothers o AIG, por citar solo un ejemplo conocido, vaticinan el inicio de numerosos procedimientos en los años venideros en nuestro país que tengan que ver con este delito tan característico de la sociedad moderna. Las contribuciones que aquí se contienen pretenden esclarecer los contornos fundamentales de esta forma de administración desleal –se recurre continuamente a conocidos casos de la jurisprudencia alemana y española– proporcionando herramientas a los operadores jurídicos para una aplicación más coherente del Derecho penal en un campo especialmente necesitado de seguridad jurídica.



LA BUENA FE EN EL DERECHO ROMANO. EXTENSION DEL DEBER DE ACTUAR CONFORME A BUENA FE EN MATERIA CONTRACTUAL

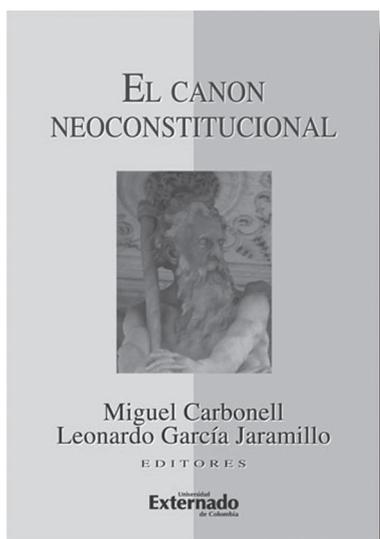
Autor: Martha Lucía Neme Villarreal

ISBN/ISSN : 978-958-710-574-2

Año: 2010

Características: 17 x 24 cm., tapa rústica, 418 pp.

El devenir histórico de las más importantes instituciones romanas está estrechamente ligado a la propia historia de la *fides bona*, cuya presencia penetrante se advierte por doquier; de ahí que la autora emprenda un recorrido de la mano de la buena fe por algunos de los aspectos más significativos de la historia del derecho romano. Animada por su interés en observar a la buena fe desde una perspectiva dinámica que involucre el proceso de aplicación e interpretación de la misma en las relaciones sociales, en particular en aquellas de carácter contractual, se propone comprender el significado de la buena fe en el derecho romano, cuya riqueza se traduce continuamente en reglas específicas que explican el significado del principio sin agotarlo. Se tiende así un puente entre el derecho antiguo y el derecho moderno fundado en la convicción de que la valoración del profuso conjunto de reglas que emanan de la buena fe nos permite observar, en una más exacta dimensión, el verdadero alcance del principio, la profundidad con que el mismo se arraiga en toda una serie de instituciones que nos fueron legadas y sobre todo que tal comprensión hará posible a los juristas de tradición romana realizar una mejor articulación del sistema jurídico en su integridad, en cuanto ello permitirá reconducir bajo la égida de la buena fe un sin número de reglas que hoy en día están presentes en los diversos ordenamientos, pero que vienen siendo empleadas de manera aislada.



EL CANON NEOCONSTITUCIONAL

Autor: Miguel Carbonell y Leonardo García Jaramillo (editores)

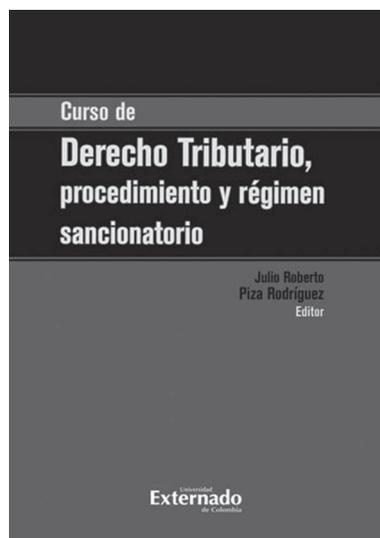
ISBN/ISSN : 978-958-710-469-1

Año: 2010

Características: 17 x 24 cm., tapa rústica, 660 pp.

Serie intermedia de teoría jurídica y filosofía del derecho n.º 8

El neoconstitucionalismo no solo se ha constituido en el canon más novedoso y que mejor explica los desarrollos recientes del constitucionalismo, sino que ha enmarcado la consolidación y expansión de la democracia constitucional, ha reforzado la vigencia del argumento de los principios en el derecho y ha incidido dramáticamente en la configuración de la concepción contemporánea de los derechos fundamentales, con hondas repercusiones en la práctica de su aplicación. Éstos y otros elementos medulares del neoconstitucionalismo convergen en las contribuciones que integran el libro, las cuales se articulan en cuatro secciones: I. Los cánones y la canonicidad, II. Neoconstitucionalismo: teoría y práctica, III. Poder judicial y neoconstitucionalismo y IV. El constitucionalismo global.



CURSO DE DERECHO TRIBUTARIO, PROCEDIMIENTO Y RÉGIMEN SANCIONATORIO

Autor: Julio Roberto Piza Rodríguez, Juan José Zornoza Pérez, Gabriel Muñoz Martínez, Roberto Insignares Gómez, Mauricio Marín Elizalde, Olga Lucía González Parra, Mary Claudia Sánchez Peña, Andrés Medina Salazar y José Manuel Castro Arango

ISBN/ISSN : 978-958-710-480-6

Año: 2010

Características: 17 x 24 cm., tapa rústica, 874 pp.

Habida cuenta de la relevancia que tienen los tributos como fenómeno jurídico, los investigadores del Departamento de Derecho Fiscal de la Universidad Externado de Colombia redactaron el presente texto bajo la dirección de Juan José Zornoza Pérez (catedrático de la Universidad Carlos III de Madrid) y Julio Roberto Piza Rodríguez (catedrático de la Universidad Externado de Colombia). El lector encontrará en él las bases conceptuales del derecho tributario colombiano, identificadas a partir del análisis crítico del derecho positivo y de las categorías dogmáticas mayoritarias, que le permitirán conocer de forma detallada el marco de instituciones generales aplicable a todo el sistema tributario y entender una legislación que en ocasiones no se deja reconducir a sistema. No solo para los estudiantes de pregrado y posgrado de las Facultades de Derecho, sino también para los abogados interesados en la materia, este libro está llamado a convertirse en el principal material de estudio del régimen tributario colombiano. Su estructura se divide en tres partes: la primera desarrolla el marco teórico del derecho tributario en Colombia, explicando los principios constitucionales de la tributación y la teoría del hecho imponible como propuesta unificadora de la configuración jurídica del tributo; la segunda está dedicada a los procedimientos de gestión administrativa que instrumentan el cumplimiento de las obligaciones tributarias a partir del régimen de autoliquidaciones, y la última busca aproximarse al régimen de infracciones y sanciones administrativas tributarias desde la perspectiva de las exigencias y límites constitucionales a cualquier manifestación del derecho punitivo del Estado.

DERECHO ROMANO II OBLIGACIONES. FUENTES 2.ª ED.

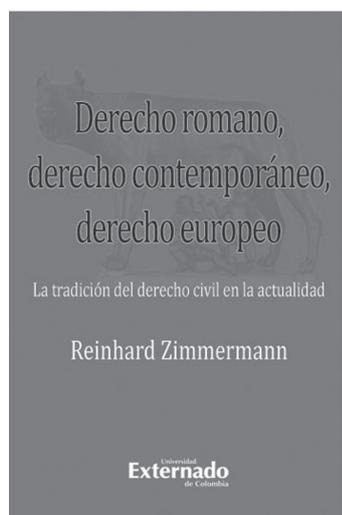
Autor: Emilssen González de Cancino (rec.)

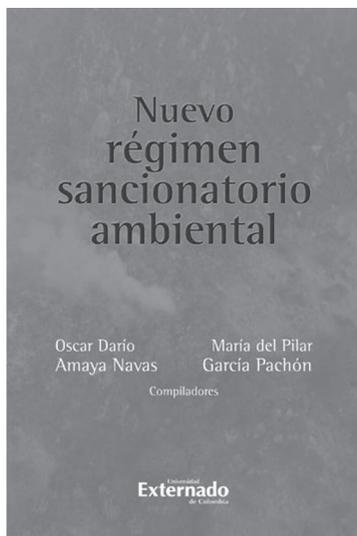
ISBN/ISSN : 958-616-505-1

Año: 2001

Características: 14 x 21 cm., rústica, 164 pp.

Siendo el derecho romano la base para la formación del criterio jurídico y el apoyo de la enseñanza de la argumentación, entre otras, permite buscar respuestas en medio de una pluralidad de soluciones básicas. Este libro está dirigido en primera instancia a los estudiantes de derecho por su fácil comprensión.





NUEVO RÉGIMEN SANCIONATORIO AMBIENTAL

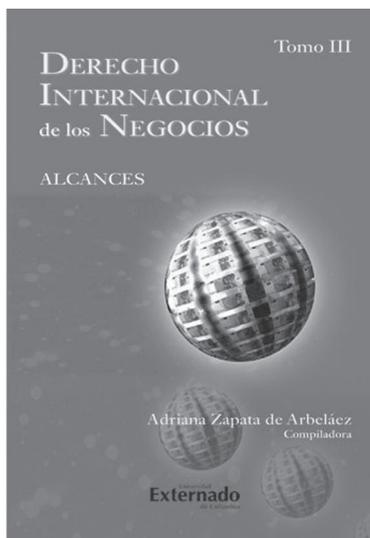
Autor: Pedro P. Vanegas, Oscar D. Amaya, Álvaro Osorio, Andrés M. Briceño, Rodrigo Negrete, Álvaro H. Cardona, María del Pilar García, Carolina Montes, Gloria L. Álvarez, Julio E. González, Jimmy Rojas, Manuel S. Burgos, Bibiana Rojas y Marco T. Noriega

ISBN/ISSN : 978-958-710-542-1

Año: 2010

Características: 14 x 21 cm., 398 pp. tapa rústica

Con la expedición de la Ley 1333 de 2009, Colombia cuenta con un nuevo procedimiento sancionatorio ambiental que hasta el momento ha generado en la comunidad académica, en las autoridades ambientales y en los organismos de control, interrogantes y cuestionamientos sobre su conveniencia, oportunidad y utilidad. La obra *Nuevo régimen sancionatorio ambiental* pretende describir y analizar dicho procedimiento, estudiando detalladamente sus antecedentes y orígenes, la presunción de culpa incluida en la ley, las infracciones por violación de la norma o por daño ambiental, las posibles sanciones aplicables por los titulares de la potestad sancionatoria y los aspectos probatorios, entre otros temas que sin duda permitirán al lector estar al tanto del nuevo *iter* procesal trazado por la Ley 1333 de 2009.



DERECHO INTERNACIONAL DE LOS NEGOCIOS. ALCANCES. T. III

Autor: Adriana Zapata de Arbeláez (compiladora)

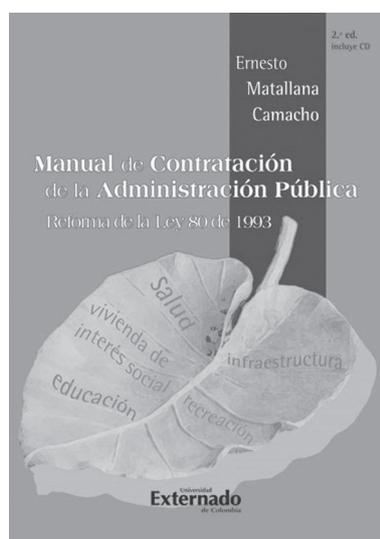
ISBN/ISSN : 978-958-710-427-1

Año: 2010

Características: 17 x 24 cms., tapa rústica, 482 pp.

El Derecho Internacional de los Negocios demanda evaluar permanentemente los avances de las instituciones que le son más representativas, los instrumentos normativos de que dispone y su adaptación a los sistemas legales internos. Este es el propósito del tercer tomo de *Derecho Internacional de los Negocios. Alcances*. La presente compilación es el resultado de la convocatoria a expertos nacionales e internacionales en diferentes aspectos, quienes abordaron temas de actualidad en sus investigaciones, como el perfil del futuro de los servicios legales en los negocios internacionales; el transporte multimodal frente al Tratado de Libre Comercio; el nuevo régimen de zonas francas; la distribución por medios electrónicos; el derecho de propiedad sobre bienes intangibles en la transferencia internacional de tecnología, entre otros. Contamos con el aporte de especialistas europeos, como Alfonso-Luis Calvo Caravaca y Javier Carrascosa González, catedráticos de la Universidad Carlos III de Madrid, quienes nos presentan su artículo sobre los contratos internacionales y la “Nueva Lex Mercatoria”, y Sergey Ripinsky, investigador del

Instituto Británico de Derecho Internacional Comparado, quien analiza el tema de la expropiación y regulación en disputas estatales de inversión. Además, se estudian otros temas que contribuirán a la formación de una cultura jurídica en nuestro país en torno al derecho de los negocios internacionales, como la noción de contrato internacional; el régimen jurídico de los contratos internacionales en Colombia, los Principios de Unidroit para los contratos comerciales internacionales y el agotamiento del derecho de marca y su relación con el derecho de la competencia. Esta publicación busca una buena formación de nuestros profesionales y facilitarles su interacción con otras culturas jurídicas y con el orden internacional, en un mundo en el que las barreras comerciales y legales tienden a desaparecer en pro de facilitar la inscripción de nuestro país en un mundo cada vez más interdependiente.



MANUAL DE CONTRATACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. REFORMA DE LA LEY 80 DE 1993, 2.ª ED.

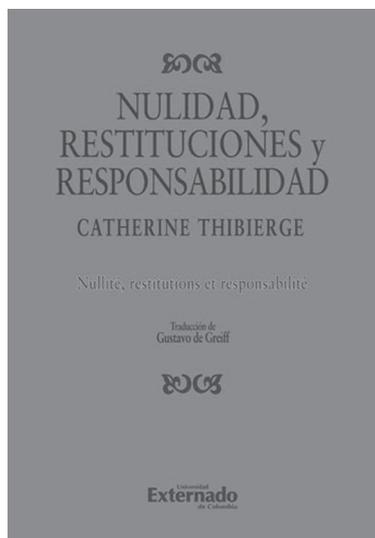
Autor: Ernesto Matallana Camacho

ISBN/ISSN : 978-958-710-470-7

Año: 2010

Características: 17 x 24 cm., tapa rústica, 1.282 pp. Incluye CD

La segunda edición del *Manual de Contratación de la Administración Pública* mantiene la misma línea de trabajo de la primera edición, que consiste en establecer algunas pautas sobre cómo la Constitución Política irradia el Estatuto de Contratación, cuyo propósito es servir como instrumento de interpretación de la Ley 80 de 1993, y hoy de la Ley 1150 de 2007, tanto en lo referente a los procesos de selección de contratistas como para la ejecución y liquidación del contrato estatal. Adicionalmente, pretende dar una explicación de sus principales instituciones a partir de la exposición de motivos de la Ley 80 de 1993, con el único fin de escrutar el pensamiento del legislador, de la visión efectuada por la Corte Constitucional cuando se pronunció sobre las demandas de inconstitucionalidad de las dos normas, de las consideraciones del Consejo de Estado frente a las demandas de legalidad de los decretos reglamentarios y sus pronunciamientos de fondo en casos sobre distintos aspectos de las fases precontractual, contractual y de ejecución del contrato, y, por último, las posturas doctrinarias nacionales y extranjeras sobre el tema. Aprovechamos la oportunidad para presentar algunos criterios personales sobre temas relacionados con nuestra experiencia en distintos cargos de dirección en la administración pública y las soluciones planteadas; y nuestra visión en el contenido de la reforma de la Ley 80 de 1993 en los seminarios programados por el Departamento de Derecho Administrativo de la Universidad. En nuestra última experiencia laboral como jefe de control interno de una entidad estatal, al adoptar un método para las auditorías, desarrollamos una herramienta de trabajo



consistente en generar una matriz de chequeo a las etapas de los distintos procesos de selección de contratistas con sus respectivos pliegos de condiciones y el contenido del contrato en sus distintos tipos, especialmente en los de frecuente uso por parte de las entidades estatales. Este control de legalidad a los contratos estatales nos permitió procesar un programa con el Departamento de Informática de la Universidad que vendrá en CD anexo al presente libro, con vocación multiusuario tanto para quien ejecuta gasto para reducir el margen de error en su gestión como para quien ejerce control fiscal, penal y disciplinario.

NULIDAD, RESTITUCIONES Y RESPONSABILIDAD

Autor: Catherine Thibierge

(trad. de Gustavo de Greiff)

ISBN/ISSN: 978-958-710-452-3

Año: 2010

Características: 17 x 24 cm., tapa rústica, 804 pp.

Gracias a la Universidad Externado de Colombia y a la generosa licencia de la profesora Catherine Thibierge, los jurisconsultos de habla española tienen la posibilidad de consultar, estudiar y criticar, en el mejor sentido del término, esta obra que, en palabras de su autora, ha tenido como objetivo “despejar la especificidad de los conceptos de nulidad, de responsabilidad con ocasión de la anulación y de restitución, mediante un paralelo de los unos y de los otros para después intentar organizar las relaciones en un conjunto alrededor de la nulidad”, y a fe que lo logra. La autora examina la noción de nulidad como estado del acto o como un derecho de crítica; explica sus debilidades conceptuales para señalar que en realidad constituye una sanción jurídica sustancial y objetiva, consistente en la supresión de los efectos jurídicos del acto en la medida necesaria para el restablecimiento de la legalidad transgredida durante la celebración de un contrato, con exclusión de consideraciones subjetivas, tales como la culpa de alguna de las partes o el carácter determinante de la voluntad de las partes en relación con una cláusula, para, en este caso, llegar a la nulidad parcial. Estudia, asimismo, entre otras, la nulidad por vicio del consentimiento debido a un error; la concepción moderna de la nulidad analizada como una sanción; la especificidad de la responsabilidad de las partes con ocasión de la anulación del contrato; las múltiples formas de daño que puede sufrir la parte del contrato víctima de una culpa; las clases de perjuicios que puedan dar lugar a una indemnización; el fin de la nulidad; el fin de la responsabilidad; el fundamento de la obligación de restituir, y el papel de las restituciones.

CONVOCATORIA MEMORIA

Comprometidos en el proceso de edición de la Revista *Comunicación y Ciudadanía*, presentamos la convocatoria correspondiente a la revista n.º 4, que circulará en el mes de diciembre de 2010 cuyo tema monográfico es Memoria. Aspiramos en este número a profundizar en los siguientes ejes que consideramos fundamentales para el desarrollo de dicho tema:

1. Memoria, ciencias sociales y ciudadanía. El debate entre memoria e historia. Diferentes enfoques que reflexionan sobre la memoria y su papel en la sociedad desde la sociología, la psicología, la educación, entre otras disciplinas y saberes de las ciencias sociales.
2. Memoria y comunicación. Procesos de construcción de sentidos y conocimientos culturales compartidos en los que interviene la comunicación desde la transmisión de herencias, legados, aprendizajes en el circuito producción, circulación y recepción.
3. Experiencias de la memoria. Reconstrucción histórica de conflicto y de la superación del mismo en Colombia y América Latina. Reconstrucción histórica de lugares significativos. Trabajos de reconstrucción de tejido social a través de la memoria.

LOS REQUERIMIENTOS PARA LA PRESENTACIÓN DE LOS ARTÍCULOS

◆ Extensión máxima de 20 páginas a espacio y medio en letra Times New Roman.

Cada artículo deberá estar encabezado por el título y el nombre completo del autor. Se deberá incluir un resumen en castellano y un *abstract* que no supere las 200 palabras. Igualmente, 5 palabras clave, también en castellano y 5 en inglés.

◆ Contendrá título, nombre de autor o autores, un pequeño currículum de cada uno de los autores (en el cual deben figurar título profesional, pertenencia institucional, cargo académico y dirección electrónica).

◆ Todas las páginas deberán estar numeradas, incluyendo la bibliografía, gráficos y cuadros. Las notas y referencias críticas deberán ir a pie de página y respetar las normas internacionales APA para la publicación de artículos científicos.

◆ La bibliografía deberá figurar al final de cada artículo. Los artículos seleccionados serán evaluados por dos miembros del Comité Académico Internacional o por especialistas pertenecientes al área temática de la colaboración, los que actuarán como árbitros.

A quien esté interesado en presentar un artículo inscrito en alguno de los ejes de este tema monográfico, lo invitamos a participar enviando su artículo a más tardar el día 4 de octubre de 2010, a la casilla de correo

comyciudadania@uexternado.edu.co

