

**Director**

Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

**Dirección Técnica**

María del Carmen Cevallos

**Publicaciones**

Raúl Salvador R.

**Editor**

Pablo Escandón M.  
 pescandon@ciespal.net

**Portada**

Mayra Cajilema C.

**Diseño y diagramación**

Diego S. Acevedo

**Corrección**

Raquel Rosero

**Suscripciones**

Isaías Sánchez  
 isanchez@ciespal.net

**Chasqui es una publicación del CIESPAL**

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

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

**Impresión**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

**CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

Presidente  
 Edgar Samaniego  
 Universidad Central del Ecuador

Gander Falconi  
 Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e  
 Integración

Raúl Vallejo C.  
 Ministro de Educación

Héctor Chávez V.  
 Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar  
 Organización de Estados Americanos

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

José Camino C.  
 Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.  
 Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García  
 FENAPE

Fernando Checa Montúfar  
 Director General del CIESPAL

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

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

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

Apartado Postal 17-01-584

Quito - Ecuador

Registro M.I.T. S.I.P.I. 027

ISSN 13901079

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



*Lectoras, espectadores e internautas:*

# Un tratado de cibercultura no expreso

**Pablo Escandón Montenegro**

*Ecuatoriano, comunicador, doctorando en Sociedad de la Información y del Conocimiento.  
pescandon@gmail.com*

*inicio como conclusión*

*"¿Cómo proteger la propiedad intelectual y a la vez el acceso a los patrimonios tangibles e intangibles, gestionar las relaciones interculturales con sentido democrático, dar espacios y pantallas a la diversidad? La cuestión cultural es, en síntesis,*

*Los consumidores de mensajes no son únicamente los alfabetizados que consumen libros, también la lectura está en los ordenadores y las pantallas.*

trabajar con aquello que en la globalización no es literatura policial. O puede ser reescrito en el mejor estilo de este género, como los relatos de Borges, Hammett y Hitchcock, más fascinados por las preguntas que por la destrucción del adversario, por pensar la complejidad que por imponer el desenlace." (García Canclini. 2007: 127-128)

Esta es la conclusión a la que llega Néstor García Canclini luego de 29 entradas, en un libro estructurado a manera de enciclopedia: con definiciones y contextualizaciones, para comprender la cibercultura. Y aunque el autor no lo diga en el texto, está su zambullida y buceo por el nuevo orden cultural marcado por la personalización de la información, por el consumo mediático a la carta, por la ubicuidad y la minimalización de los contextos donde leemos, donde estudiamos, donde nos encontramos con amigos y colegas, en fin, donde consumimos toda la información, todos los textos sonoros, gráficos, textuales, audiovisuales, y con los que además establecemos enlaces entre sí.

Establecer tres categorías: lectores, espectadores e internautas, es proponer las actividades que hoy los consumidores de medios digitales realizamos. No es una tipología ascendente ni tampoco una gradación evolutiva de cómo accedemos a la información, a la cultura y al conocimiento, sino que estas funciones tienen vínculos que se potencian y se complementan con los medios interactivos, la tv digital, el cable, Internet, los dvd, los cd, el *ipod*, el celular.

Para acceder a este texto, no es condición haber leído la obra anterior del profesor García Canclini, pues en este texto encontramos a un investigador que se ha logrado despojar, en cierta manera, de los límites de la escritura académica, para reflexionar con mayor libertad sobre el nuevo orden mercantil marcado por la convergencia digital, la multimedialidad y el hipertexto.

La globalización, la desterritorialización, el cuerpo y demás concepciones propias de la cultura digital son abordadas en este libro que no quiere ser uno más de los que proponen tipologías, sino que desde las entradas y definiciones, el investigador se hace preguntas, las responde y aún no termina de convencerse de que eso es lo cierto.

La única certeza que tiene es la permanente configuración del nuevo orden en donde todos los elementos de la información, del mercado, de la educación, del gobierno y de la sociedad intervienen para crear una lógica de actividades diferente a la del mundo analógico.

#### Los nuevos lectores

Ya lo dejó en claro Jesús Martín-Barbero al asegurar que los saberes y los imaginarios contemporáneos no se organizan exclusivamente alrededor de la cultura del libro y de los letrados. La televisión, el cine, la radio, la cultura popular son vehículos más eficientes para transmitir información, contenidos, cultura y generar conocimiento.

Así, pues, los nuevos lectores de la cibercultura son aquellos que, valga la redundancia, leen todos los formatos, los integran, los relacionan y no los aíslan. Hablamos entonces de la convergencia, en la cual ningún texto utiliza un solo medio ni un solo canal para la expresión y comunicación, sino que los usa todos o más de uno.

De esta manera, los hábitos del nuevo lector son distintos, pues la capacidad de integrar audio, texto, imagen, hacen que este lector pueda enfocar su atención en varios niveles y hacia ellos, los creadores deben apuntar.

El lector de la cibercultura aprende y aprehende en pantallas: tv, ipod, mp3, computador, salas de cine, y en estos dispositivos los nuevos escritores deben

plasmar sus mensajes, creaciones e innovaciones. Las campañas de fomento al libro se las hace desde la cultura letrada y con prácticas del impreso, es decir, no se fomentan nuevos lectores, sino que "fidelizan" los existentes y se excluye a los creadores audiovisuales, a los sonoros, a la gente del espectáculo. Se regresa a una romántica complicidad entre el libro y el lector, se minimizan y se desprecian otras expresiones.

Lo mismo ocurre con los festivales de cine, de música, de artes plásticas, con las exposiciones pictóricas, etc. En lugar de integrarse y captar nuevos lectores y espectadores, lo que hacen mediante el manejo de los mensajes es excluir entre sí a los formatos y contenidos, como si en la cibercultura y en la realidad estuvieran segmentados y diferenciados.

*La exclusión de los formatos y la falta de complementariedad entre ellos es propio de la cultura libresca, no de la sociedad digital, en donde se privilegia la colaboración y la reapropiación.*

García Canclini deja en claro en las entradas del libro, la diferenciación de cada uno de ellos, y cómo su segmentación y poca integración han acarreado exclusiones culturales; por ello, está consciente de que el nuevo orden mundial de la cultura radica en la convergencia digital de los formatos, en donde un power point con música, fotografías y texto es mucho más convincente que un sermón...

El nuevo lector es una invención de la modernidad actual y bien lo cita García Canclini en su entrada de personajes: "Me parece que el mejor personaje que puede inventar un escritor, dijo Juan Villoro, es un nuevo tipo de lector" (2007: 113).

La cibercultura ha creado un nuevo lector y a él debemos convencer, emocionar, comunicar y hacer que colabore con nosotros, pues si continuamos volviendo la mirada hacia la

segmentación única de un formato, seremos como la esposa de Lot.

#### Consumidores y ciudadanos

Son dos entradas distintas, pero complementarias. El ciudadano en la era de Internet no es más participativo ni su opinión cuenta más para el Estado y la oficialidad, en sus sitios, ya que al ser un visitante no tiene la capacidad de modificar ni cambiar la estructura del espacio virtual, que representa a la estructura de la institución. No solamente tiene que ver con la burocracia y el poder de los gobiernos seccionales, sino también con las demás instituciones sociales: iglesia, escuela, empresa, etc., que se muestran como entidades centralizadas en donde no tiene cabida el teletrabajo ni la movilidad social y cultural, tan predominante en la cibercultura y tan característica de las nuevas generaciones que tienen más tiempo para el ocio y la búsqueda de conocimiento particular que para las actividades de un trabajo formal, que, en muchos de los casos exigen cumplimiento de horario, aun cuando las labores ya se hayan cumplido.

La ciudadanía de la cibercultura es móvil, fragmentada y libre, por ello, en la Internet existen los espacios de libertad como los *blogs* y las redes sociales, donde los ciudadanos ejercen sus derechos de libertad de expresión, de pensamiento y de asociación, en donde se capacitan en usos y desarrollo de nuevas formas expresivas y de aplicaciones: software libre, colaboración y participación, en cursos, seminarios, congresos. De esta forma, rompen con el espacio y hacen que lo lejano sea más próximo cada vez.

El consumidor es aquella persona que ha visto mermada su capacidad de elegir, pues las grandes cadenas monopolizan y absorben los mercados locales: así los editores ceden espacios a los "publishers", o las grandes cadenas como *Hard Rock Café*, administrada por una etnia norteamericana, abre nuevos locales en ciudades donde el café ni siquiera es la bebida más degustada y los platos regionales o típicos son desplazados por el sushi. El consumidor es igual en todas las culturas.

Ante este panorama, la cibercultura crea y promueve mayores espacios ciudadanos, para que seamos consumidores conscientes de por qué lo hacemos o por qué no lo hacemos. Allí radica la importancia de las nuevas tecnologías al servicio del conocimiento: hacer que ejerzamos nuestra ciudadanía, local, regional y mundial. Que estemos completamente identificados o, por lo menos, tengamos la información de porqué compramos o tenemos tal o cual artefacto.

### Colaboración

En la entrada Piratas, el autor asume el tema de la colaboración y la generación de conocimiento en conjunto y nos entrega ejemplos de la industria filmica, pero se refugia en la antropología al describir la autoría colectiva o la colaboración múltiple como una práctica "propia de la producción artesanal, musical y festiva de las sociedades donde la comunidad y no los individuos se consideran agentes creadores" (2007: 116).

La autoría en la cibercultura no es una patente con la cual el generador de esa realidad comunicativa demuestra su poder de conocimiento o su poder empresarial, al ser el dueño de los derechos autorales, frente a los cuales nadie puede usufructuar, no. La autoría en la cibercultura es más cercana a la creación artesanal, como afirma el autor, pues existe un iniciador, pero lo que importa es el trayecto hasta el perfeccionamiento. Así, el *copyright* es una categoría del mercado, frente a la cual han surgido el *copyleft* y los *Creative Commons*, una contracultura que va a favor de las audiencias y reconoce al iniciador, ya no como autoridad paternal o jerárquica.

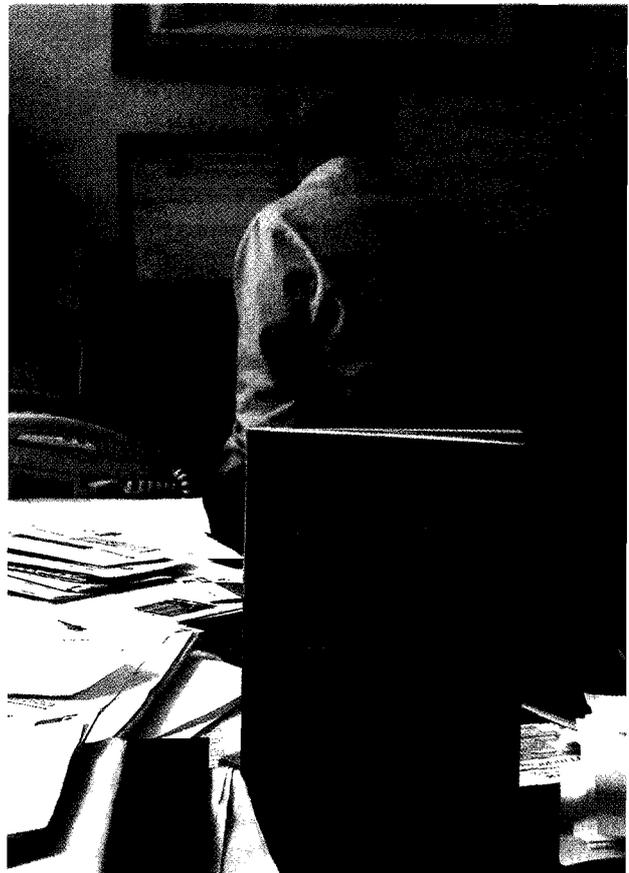
Si bien García Canclini expone más sobre el equilibrio entre el reconocimiento de los derechos autorales y el uso y acceso a ellos de las audiencias, pone en claro que esta es una práctica del mercado que funciona en una actividad contractual y mercantil, y el surgimiento de los piratas no es otro movimiento más que busca el mismo mercado, al contar cómo surgió Hollywood frente al monopolio de Edison en la costa atlántica de los EEUU (2007: 121), por ejemplo. Lo que justifica que en Sao Paulo, afuera de los locales de *Blockbuster*, se

ubiquen los vendedores de películas piratas; de esta manera, el espacio está diferenciado para la misma actividad; entonces se vuelven competencia, pero distinta.

Pero la piratería en la cibercultura no tiene que ver con los *hackers* sino con los *crackers*, que no buscan ser parte del mercado, sino compartir y mejorar los entornos para romper los monopolios y hacer común el conocimiento.

### Pregunta retórica

De todas las entradas a las explicaciones de términos como interactividad, cuento posdigital y muchas otra más, García Canclini se cuestiona los límites entre campos culturales y mercados. Abre este acápite con una pregunta y lo cierra con la incertidumbre de no tener una respuesta contundente, pues avizora que aún está formándose un mercado que vincula lo cultural con lo empresarial. Los espectáculos musicales son concebidos como realizaciones mercantiles dentro



de la lógica del consumo, esta práctica se ha difundido en el mundo editorial, en el cinematográfico y hasta en el educativo, por ello, aún es muy difícil para el autor definir si estos campos culturales pueden ser definidos como mercados. Docentes que son un espectáculo y utilizan las tecnologías como plataforma mediática para el conocimiento, de ello podemos constatar el tratamiento que hace el MIT en sus cursos abiertos que están en la Red, o ir a <http://www.youtube.com/edu> y asistir a clases.

De lo que el autor está completamente seguro, es de la multi integración que tienen los nuevos lectores para recurrir a la información y al conocimiento, pues dice que "la promiscuidad entre los campos no se debe sólo a la reestructuración de los mercados y la fusión de empresas procedentes de campos distintos. Es también resultado del proceso tecnológico de convergencia digital y de la de formación de hábitos culturales distintos en lectores que a su vez son espectadores e internautas" (2007:30-31).

***La multicausalidad y los múltiples efectos son características de esta cultura y de esta sociedad digitalizadas. Comprender sus potencialidades es imperante para todos los productores de sentido y narrativas.***

Con esta certeza, el autor nos entrega un análisis de cómo los campos culturales compiten con el mercado, pues mucha de la información que los nuevos lectores adquieren no la obtienen directamente de sus autoridades escolares, sino de la educación informal que representan Internet, la televisión por cable y la programación local.

Los estudiantes conocen mejores rutas para acceder a la información y se especializan mucho más, pero esa especialización es la que mantiene la estructura actual del subdesarrollo, pues el sistema

universitario "en vez de formar profesionales e investigadores para la sociedad del conocimiento, (se) entrena a expertos disciplinados" (2007:34).

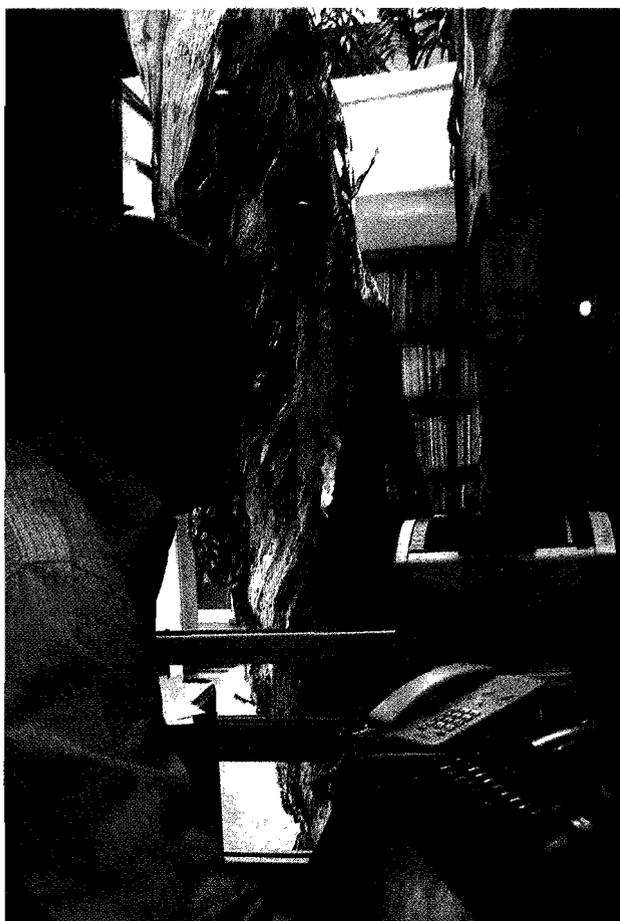
Y tiene razón al asegurar que toda la estructura educativa forma simplemente expertos disciplinados que puestos en otros contextos no pueden desarrollar ni aplicar más de lo que les enseñaron por medio de la repetición. Es entonces cuando el autor se pregunta si los docentes que apliquen y sepan lo que sus estudiantes conocen, podrán ayudar a separar lo espectacular de la verdadera búsqueda de conocimiento mediante el pensamiento crítico.

Saber realizar multimedias, enlazar textos y archivos para explicar o contextualizar un concepto o una historia, deben ser comprendidos desde su origen, es decir, desde su creación, uso y futura modificación. De lo contrario, estaremos en el mercado y no en los campos culturales, pues comprender y poder estructurar alternativas a una situación, acción o dispositivo, es parte del pensamiento crítico que nos entrega el estudio de las causas y los múltiples efectos. Ya que estamos en la sociedad del conocimiento, conocemos que existe la multicausalidad y efectos múltiples, para los cuales debemos estar preparados.

Solo la comprensión de un campo cultural, tecnológico y mercantil, a fondo, nos hará aptos para poder transformar toda esa información en real conocimiento, pues quién de nosotros, que usa un celular, sabe su funcionamiento y le da usos alternos y explota todas las capacidades del dispositivo...

Por ello, García Canclini finaliza con esta pregunta de si los docentes, capacitados en estos nuevos lenguajes y herramientas, generarán un pensamiento crítico e insertarán a sus estudiantes en la era del conocimiento. Mi respuesta es no.

Conozco muchos docentes que han migrado hacia lo digital y son muy buenos internautas y espectadores, pero no saben leer la realidad ni la virtualidad de sus acciones, solo saben aplicar bien los procedimientos, pero no crean ni comparten conocimiento, solo información para reproducir



expertos disciplinados, como dice García Canclini. Y es que entrar en la era del conocimiento implica saber manipular las herramientas digitales con la finalidad de crear y recrear nuevas realidades: narrativas, educativas, informativas, culturales, y por ende de mercado. Pero se necesita conocerlas a fondo para poder aplicarlas en cualquier contexto, sin la necesidad de recurrir a un experto. En la sociedad del conocimiento, el erudito, el maestro, el artesano y el artista comparten el mismo espacio y pueden ser la misma persona, siempre y cuando no tenga la finalidad de monopolizar el conocimiento ni de querer tener la última palabra.

Repito, pues, la conclusión inicial de este texto, en la que el profesor García Canclini cree se deben cimentar las nuevas relaciones en la cibercultura: "¿Cómo proteger la propiedad intelectual y a la vez el acceso a los patrimonios tangibles e intangibles, gestionar las relaciones interculturales con sentido democrático, dar espacios y pantallas a la

diversidad? La cuestión cultural es, en síntesis, trabajar con aquello que en la globalización no es literatura policial. O puede ser reescrito en el mejor estilo de este género, como los relatos de Borges, Hammett y Hitchcock, más fascinados por las preguntas que por la destrucción del adversario, por pensar la complejidad que por imponer el desenlace." (Ibid)

#### Coda: Extranjerías, la exposición y el libro

En Argentina, durante su más reciente visita, Néstor García Canclini fue el curador invitado para la exposición de arte contemporáneo, que se desarrolló del 8 de julio al 27 de septiembre de 2009 en el Espacio Fundación Telefónica; previamente se produjo el libro *Extranjeros en la tecnología y en la cultura*, editado bajo su dirección.

Y es que la extranjería, como dice García Canclini en la introducción, no es única sino que se presenta de muchas maneras, una de ellas es lo que se ha venido a llamar "arte etnográfico", que ha redefinido al etnógrafo como artista y viceversa.

Este texto es un estudio que se complementa con la exposición, y se integra al libro de *Lectores, espectadores e internautas*, pues toma a la cultura digital, a la tecnología y a las artes como plataforma de concreción teórica y de aplicación material de todo lo pensado, asumido y revalorizado en cada uno de los artículos presentados.

"Los trabajos reunidos en este libro buscan renovar las perspectivas para actuar en las escenas interculturales, en las diversas formas de interculturalidad, operantes en la reestructuración de las instituciones, las redes y los flujos. Estamos repensando cómo enunciar desde América Latina, no mediante una simple incorporación creativa y crítica de las tendencias internacionales, al modo de la antropofagia o las apropiaciones sincréticas. Se trata de imaginar nuevas maneras de actuar no sólo en función de una cultura local, sino (...) "desextranjerizándonos" al construir conocimientos, obras y performances desde una variedad de situaciones en las que la condición propia es ya vivida y pensada como parte de los circuitos globalizados." 