



Claves para encontrar los significados en el “no-diccionario” de Néstor García Canclini¹

ROSALÍA WINOCUR

Lectores, espectadores e internautas, publicado por editorial Gedisa (2009), es el libro más reciente de Néstor García Canclini y probablemente el más breve e irónico de su producción intelectual. Sin perder rigurosidad conceptual, juega con recursos literarios, no sólo para hacerlo amable a un público más amplio que el académico, sino en el ejercicio de un nuevo lenguaje que acompaña el tema de sus reflexiones. A pesar de nuestros compromisos epistemológicos con la hermenéutica de los significados, la recuperación de la subjetividad y la reflexividad del investigador, cuando escribimos nos cuesta liberarnos de la pesada carga del positivismo para comunicar las ideas. De ese modo, la escritura signada por la exigencia formal de presentar una introducción, un marco teórico, una presentación de los resultados y unas conclusiones, se divorcia de las condiciones epistemológicas de la producción del objeto de conocimiento y de nuestro propio proceso de implicación en la interpretación del texto.

En este pequeño libro, organizado a modo de un “no-diccionario” con 29 entradas, las definiciones contienen más preguntas que respuestas, y muchas de esas preguntas están escritas al revés, como aquella que dice “Si queremos entender a quien le sirve ser internauta, habría que comenzar por preguntarse a quién no le sirve: ¿a los que hacen políticas gutenberguianas, a las bibliotecas que no incorporan ordenadores, a los que deseamos usarlos pero sólo nos sirven a medias porque nos sentimos extranjeros frente a los nativos digitales, o preferimos el placer de escribir a mano. A quienes a veces desearían desconectarse y no pueden?” (p. 79).

¿Pero acaso se puede hablar de la omnipresencia de las nuevas tecnologías en nuestras vidas, y de los desafíos teóricos, políticos y existenciales que ellas representan -no sólo para estudiarles sino para vivirlas-, sin hacerse preguntas acerca de cómo la interacción cotidiana con estos artefactos digitales ha creado nuevos nichos culturales de producción de significado social? ¿Y cómo abordar la indagación de esta nueva impronta social y cultural que alteró radicalmente la naturaleza de la vida cotidiana y afectó las dimensiones más íntimas de nuestra experiencia, sin combinar la literatura, la filosofía, la estética, la semiótica, la comunicación, el marketing, y la antropología?

La *Apertura*, llamada así por el autor para introducirnos en su pequeño “no-diccionario”, no indica ningún comienzo que deba llevarnos necesariamente a algún final, sino un punto de partida para pensar “qué es un lector, qué es un espectador... y desde ese punto comenzar a entrever qué puede ser un internauta. Aquí tratamos que las tres preguntas se reconozcan como indecisiones de las mismas personas” (p.17). Una apertura que devuelve al texto su capacidad hermenéutica para develar los significados de la experiencia cotidiana de los sujetos con los medios impresos, electrónicos y digitales, donde

la intimidad creativa del lector y la masiva y supuesta quietud del espectador se metamorfosean en el activismo omnipotente del internauta.

En *Lectores, espectadores e internautas* los temas de reflexión no siguen un camino lineal ni evolutivo, tampoco clausuran su sentido en la definición de sus términos. Hablan de sí mismos pero también son una excusa para hablar de los otros. El espectador se vuelve lector por la mediación del internauta, el internauta increpa la soledad creativa del lector, el ciudadano practica nuevas formas de hacer escuchar su voz a través del internauta, el lector deviene en consumidor por obra del espectador, el consumidor se resiste a ser avasallado en su intimidad apelando al ciudadano, y todos ellos juntos cuestionan el monopolio de la ciencia política para conceptualizar a los ciudadanos.

“La organización en redes hace posible ejercer la ciudadanía más allá de lo que la modernidad ilustrada y audiovisual fomentó para los votantes, los lectores y los espectadores” (p.43) No obstante, nos advierte García Canclini, “la intervención ciudadana no logra cambiar la centralidad en la organización de la información y la toma de decisiones. A los usuarios de la red se los llama visitantes, y quienes visitan no ponen las reglas de la casa” (p.42)

En este texto los campos son repensando a la luz de los cambios económicos, tecnológicos y comunicativos que acarrea la convergencia tecnológica. Lector, espectador e internauta, son categorías porosas que se implican e interperlan unas con las otras, para poner en cuestionamiento la autonomía relativa de los campos:

“El concepto de lector fue trabajado en el marco de una teoría de los campos, ya sea de forma restringida como lector de literatura o en sentido más sociológico como destinatario del sistema editorial(...) La noción de espectador, si bien es más difusa, fue definida en relación con campos específicos al hablar de espectador de cine, televisión o de recitales de música (...) Si hablamos de internauta, en cambio, aludimos a un actor multimodal que lee, ve, escucha y combina materiales diversos, procedentes de la lectura y de los espectáculos. Esta integración de acciones y lenguajes ha reubicado a la institución donde se aprenden las principales destrezas -la escuela- y redefine la autonomía del campo educativo” (Pp. 31-32)

Asimismo, en *Lectores, espectadores e internauta*, la crítica también adquiere otras dimensiones conceptuales y políticas, ya no basta rescatar al espectador de su pasivo lugar de recipiente de mensajes ideológicos, sino que es necesario ubicarlo como espectador y testigo de sus propios actos de producción mediática:

UNESCO Chair in
Communication
[Freedom of Expression]
University of
Málaga [Spain]

www.catedraunesco-uma.org



“Debemos revisar las sospechas sobre la propagación de espectáculos como estrategia anestesiadora de los oprimidos. Para repensar la crítica hay que hacerse cargo de que la resistencia también se despliega en actos espectaculares. Manifestaciones en las calles diseñadas para conseguir aparecer en los medios, protestas dramatizadas, cajeros de bancos y vitrina de marcas transnacionales destrozados para hacer el espacio público una ‘pantalla pública’” (p. 71)

La entrada número dos está dedicada al *Asombro*, pero en realidad, éste está implícito como una condición epistemológica a lo largo de todo el texto. El *Asombro* para el autor es la apertura a la contingencia, la tolerancia a la incertidumbre y la cara opuesta de la endogamia intelectual:

“No hay que dolerse de que la exuberancia de datos y la mezcla de lenguajes hayan arruinado un orden o un suelo común que sólo era para pocos. El riesgo es que el viaje digital errático sea tan absorbente que lleve a confundir la profusión con la realidad, la dispersión con el fin de los poderes y que el encandilamiento impida renovar el asombro como camino hacia otro conocimiento” (p. 22)

Como investigadores de la alteridad, cuánto nos cuesta producir la alteridad. A menudo comprobamos que solo nos relacionamos (es decir nos citamos) con aquellos que consideramos interlocutores válidos, incluso nuestros enemigos tienen que ser reconocidos como parte de nuestras certezas, los demás no existen. Nuestras redes reales y virtuales, dice Silverstone (2004) respecto al uso de las nuevas tecnologías, “pueden acercar demasiado al Otro, a tal punto que nos impida reconocer la diferencia y lo distintivo (...)”

El entrelazamiento de imágenes globales; la apropiación de las culturas para nuestros planes; la expectativa de que, si tuviera la más mínima oportunidad, el mundo sería exactamente igual a nosotros” (2004:219). Y las nuevas fuentes del asombro, nos dice García Canclini, “ya no provienen tanto de las innovaciones en el arte y descubrimientos científicos, sino de la diversidad del mundo que se hace presente en la propia sociedad y del ámbito distante o ignorado que nos acerca la conectividad” (p. 19) Triple desafío que debemos enfrentar no sólo como investigadores de la comunicación, sino como habitantes de las ciudades y ciudadanos de la globalización.

En el texto abundan las referencias literarias, y no sólo se usan como un recurso estilístico, sino como un lenguaje comprensivo de las transformaciones culturales que se gestan en relación con los adelantos tecnológicos. La literatura no separa la forma del contenido, no tiene pudor en mostrar la implicación abierta o velada del autor, y no duda en ser ferozmente mordaz con las angustias existenciales, como en el cuento posdigital del autor:

“Ahora algunos miedos que estaban asociados al reloj se trasladaron al móvil: el temor a perderlo, a que te lo roben, a que se caiga al suelo y se rompa. Como decía el texto de Cortázar, pero ahora aplicado al móvil, ‘te regalan su marca, y la seguridad de que es una mejor marca que las otras’, te regalan la tendencia a comparar tu móvil con los demás, la necesidad de recargarlo, la ansiedad por saber cuándo aparecen nuevos modelos con funciones inesperadas. (p. 59) “Te regalan también la facilidad de iniciar conversaciones desde lugares remotos, la necesidad de estar pendientes de las llamadas, la ansiedad por encender el móvil antes de salir del cine (...) el móvil es el otro espectáculo, las ilusiones de la pantalla grande compiten con los entretenimientos de la íntima. Te regalan la pregunta dónde estás? (...) que suele comenzar las conversaciones por móvil, el control que intentan tus familiares (...) te regalan también la posibilidad de que el jefe te llame a las 11 de la noche y te encargue un trabajo de urgencia. (p. 60)

El “no-diccionario” tiene una entrada desconcertante entre *El cuento posdigital* y el *Diccionario*: “Cuerpo, la parte de cada uno que concentra descubrimientos y emancipaciones” (p. 62) ¿Cuál era la necesidad de introducir su presencia física y tangible en el universo de las audiencias abstractas, los mansos espectadores y los etéreos lectores?, el autor nos responde:

“¿Hay un cuerpo del lector y otro del espectador? Los estereotipos se parecen y tienen en común el aspecto sedentario de la imagen: el lector sentado leyendo (...) El espectador está viendo la película o el partido de fútbol desde la butaca del cine, la tribuna del estadio o el sofá de su casa (...) Ser internauta supone más acción: mirar y leer, y también contestar correos o buscar información (...) El

esquematismo que aún tiende a poner al lector del lado de los pasivos sumisos, que nunca se sostuvo, acaba de caerse cuando la lectura y el espectáculo se combinan en el internauta” (63)

El cuerpo siempre ha sido negado en los estudios tradicionales de comunicación, un dato que no era necesario pensar en relación con el mensaje porque sólo estaba ahí como el envase físico de la recepción. Las audiencias y los públicos, no requerían de su condición física y biográfica para ser conceptualizadas. Los estudios llamados culturalistas de principios de los ochenta cuestionaron el dato de la pasividad de las audiencias, las volvieron comunidades interpretativas con capacidad de ser críticas y de apropiarse selectivamente de los contenidos, no obstante sus cuerpos permanecieron en la invisibilidad. Pero la llegada de las nuevas tecnologías de información y comunicación no sólo los volvió emergentes como portadores individuales, sino interactuantes con los soportes digitales y productores de imágenes avatares.

“El cuerpo ha sido siempre portador de cultura: posiciones y actitudes, vestimentas y formas de pintárselo identificaban la etnia o el grupo al que se pertenecía, aunque viajáramos a otro entorno. Pero las tecnologías comunicacionales aumentaron la portabilidad cultural” (p. 64)

García Canclini rescata a la lectura y a los lectores del lugar sacralizado del texto literario, académico o escolar para situarlo en el entrecruce de todos los textos que cotidianamente nos enfrentamos. Los lectores, dice, son aquellos

“-de papiros, de sermones en los templos, de poesía en público, de discursos que les escribieron a los políticos, de periódicos leídos en voz alta a los trabajadores en las fábricas de cigarros;-de libros, revistas, historietas, cómics, subtítulos de películas, graffitis, carteles publicitarios, anuncios luminosos, carteles que se envían por correo ordinario, instrucciones para usar una medicina o un aparato eléctrico;-de información en Internet, blogs, cartas enviadas electrónicamente, faxes, microfilmes, mensajes en el móvil... (p. 80)

No obstante cada una de esas lecturas tiene sentidos diferentes y no sólo es el capital simbólico y cultural lo que determina su apropiación, o las exigencias pragmáticas de la vida cotidiana, sino la polisemia del placer. El placer es otra dimensión tan negada en los estudios de comunicación como el cuerpo del espectador, lo cual impide comprender qué lugar fundamental y constitutivo ocupa en el romance cotidiano de los públicos con los medios electrónicos y digitales:

“Todo texto prevé a su lector y no puede prescindir de él: lo busca ‘gastrónomicamente’ para que halle placer, suspire o llore identificándose con lo que cuentan, o con ‘fines estéticos’, no esperando que goce tanto con la historia contada como con el modo en que se la cuentan” (p.73)

Para entender el significado de la última entrada, *Zapping*, hay que regresar a la entrada número 13: *Eclecticismo*, que sólo dice, *Véase zapping*, de vuelta en “*Zapping*”, descubrimos la clave del acertijo: *Epistemología*: “procedimiento insuficiente para compatibilizar teoría y autores distintos”. Los avances reconocibles para superar el eclecticismo en esta época en que tantos procesos socioculturales desbordan a las disciplinas se producen cuando los antropólogos se ocupan a la vez de la creatividad actual y de los cambios macrosociales, los sociólogos políticos de la videocultura y en general cuando los especialistas dudan de sus campos y se animan a meter la nariz donde no estaban acostumbrados a que los llamaran, pero buscando siempre como evitar los riesgos del *zapping*; la acumulación errática de escenas, y desarrollando con más complejidad la estrategia del walkman y el iPod para no privarse del asombro: encontrar una posición, dentro de la multitudinaria interculturalidad, que conduzca a la autonomía, no al autismo” (p. 130)

oma Metropolitana en la Ciudad de México, los días 27, 28 y 29 de octubre de 2009.

¹ Silverstone, R.: *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Editorial Amorrortu, 2004.



The wind of innovation is blowing in Andalusia. *feel it*

RESEARCH, DEVELOPMENT AND INNOVATION PLAN

WE AIM TO ENCOURAGE **RESEARCHERS** WHO CREATE IDEAS, TO MOTIVATE **UNIVERSITY STUDENTS** WHO GROW WITH THEM AND SUPPORT **BUSINESSPEOPLE** WHO DEVELOP THEM.

La nueva idea
de Andalucía

The Regional Government of Andalusia is promoting the Research, Development and Innovation Plan with the aim of making knowledge the new engine of progress in Andalusia.



JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN Y CIENCIA



DEBRETT, MARY, *Reinventing public service television for the digital future*, Intellect, Bristol, 2010.
ISBN: 978-1841503219.

Tras la crisis por la que han atravesado los sistemas públicos de televisión, el escenario digital abre nuevas posibilidades para legitimar el papel de un audiovisual cercano a criterios públicos, con objetivos bien diferenciados de los que aportan las expresiones comerciales. El libro se centra en las experiencias de naciones de habla inglesa, Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda y Estados Unidos, y plantea una refundación del audiovisual público apoyado en la interacción y el contacto creativo con las audiencias. Como refuerzo argumental, emplea cincuenta entrevistas con académicos y expertos de las naciones analizadas. La autora, Mary DeBrett, profesora de La Trobe University (Melbourne, Australia), tiene una larga experiencia académica y profesional en el campo de la televisión y entiende que el valor añadido de los medios públicos consiste en proyectar su independencia en espacios que transmitan confianza y credibilidad.

MUSSO, PIERRE, *La télé-politique. Le sarkoberlusionisme à l'écran*, l'Aube, Paris, 2009.
ISBN: 978-2-8159-0007-2.

Un análisis crítico sobre las derivas de la televisión bajo el imperio del cinismo y la deprivación política, en expresiones del autor. Interesante análisis de las relaciones del medio y el poder y su proyección en contenidos manipulados, donde la desinformación alcanza hoy sus cotas más elevadas. Compara los medios audiovisuales de Francia e Italia en su evolución desde los períodos de titularidad pública, a la irrupción de los operadores privados y, finalmente, el actual panorama de la "neo-televisión", que conoce la degradación del medio y en el que se



normaliza un nuevo papel político a través de las formas de narrar la realidad y los nutrientes masivos de muy bajo perfil cultural.

DOBEK-OSTROWSKA, BOGUSLAWA; GŁOWACKI, MICHAŁ; JAKUBOWICZ, KAROL, Y SÜKÖSD, MIKLÓS (eds.), *Comparative media systems: European and global perspectives*, Central European University Press, Budapest, 2010.
ISBN: 978-9639776548.

A partir de los análisis comparados de los



sistemas de medios sugeridos por la obra de Hallin y Mancini (*Comparing media systems*, Cambridge, 2005), autores del prólogo al libro coordinado por la profesora de Periodismo de la Universidad de Wrocław Bogusława Dobek-Ostrowska, se extiende la mirada del análisis a las naciones del centro y este europeo. Se trata de establecer distinciones y similitudes entre soluciones y modelos que parten de experiencias democráticas y prácticas mediáticas muy distintas. Aborda, con textos que no siempre constituyen un todo coherente con la propuesta y siguen un criterio sistematizado de análisis, catorce trabajos de desigual



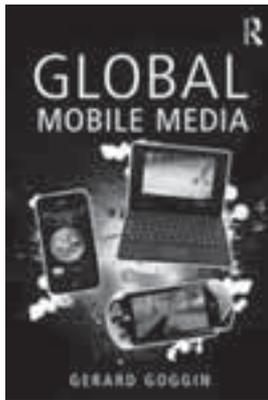
factura, entre los que cabe destacar las aportaciones de Karol Jakubowicz, Hedwig de Smaele, Maren Röger y Wolfgang Donsbach. Aunque los trabajos abordan el panorama de distintas naciones europeas —dos de ellos están dedicados a España—, los aspectos más novedosos y relevantes hacen referencia a la realidad construida en la Europa del Este durante los veinte últimos años.

DUSZAK, ANNA; House, Juliane, y Kumiega, Lukasz (eds.), *Globalization, discourse, media: In a critical perspective*, Varsovia, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2010.
ISBN: 978-8323507604

Aborda aspectos relativos a la comunicación y los medios en el marco de la globalización de los discursos, en el que se incluye el análisis de nuevas variables, como los procesos migratorios, el multilingüismo y el multiculturalismo, los efectos sobre las identidades culturales, etc. En la edición figuran dos sociolingüistas prestigiosas: Anna Duszak, de la Universidad de Varsovia, y Juliane House, de la Universidad de Hamburgo. Los capítulos están unidos por su enfoque en la interpretación del discurso público, bajo una perspectiva de análisis crítico, a la que se unen otros enfoques disciplinarios desde el campo de la comunicación. El libro ofrece interesantes reflexiones teóricas y propuestas de nuevos planteamientos y metodologías para la investigación de los fenómenos sociales y lingüísticos. En edición bilingüe, inglés y alemán.

GOGGIN, GERAD, *Global Mobile Media*, Routledge, Abingdon, 2010.
ISBN: 978-041546918-0.

La expansión universal de la telefonía móvil se revela, en el horizonte tendencial de los medios de comunicación, como un aliado tecnológico poderoso. La infraestructura



del teléfono se ha ido haciendo cada vez más permeable a necesidades y flujos que se alejan de los usos iniciales del teléfono. Los 'móviles' han adquirido inteligencia comunicativa multimedia y se inscriben como extensiones naturales en los procesos de convergencia de los medios. Textos, imágenes y sonidos adquieren en la nueva cara de la telefonía, que no se limita a prestar el servicio de transporte, unas posibilidades que Gerard Goggin analiza en un libro sugerente. Desarrolla aspectos ya tratados por el autor, junto a Larissa Hjorth, en su anterior libro *Mobile technologies: from telecommunications to media* (Routledge, 2009).

CZEPEK, ANDREA; Hellwig, Melanie, y Nowak Eva (eds.), *Press freedom and pluralism in Europe: Concepts and conditions*, Intellect, Bristol, 2009. ISBN: 978-1841502434.

Todas las naciones de la Unión Europea se definen como democracias avanzadas, en las que las libertades públicas están garantizadas. No obstante, cabe preguntarse por el grado real de la libertad de prensa y pluralismo en Europa. Doce investigadores analizan esta cuestión en Bulgaria, Polonia, Rumania, Finlandia, Francia, Alemania, Austria, Italia, España y Reino Unido. La resultante muestra un panorama desigual y con carencias que, en cada caso, están relacionadas con la historia, la economía y la política. Porque son todas esas variables las que, como se pone de manifiesto en el trabajo, describen finalmente la libertad e independencia de los medios. El apartado sobre la libertad de prensa en España está escrito por Ingrid Schulze-Schneider, de la Universidad Complutense, y capítulo de Italia por Cinzia Padovani, de la Southern Illinois University Carbondale, del que se ofrece una versión actualizada en este número de *Infoamérica-ICR*.

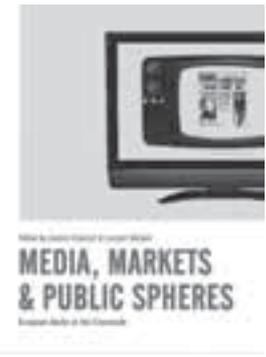
GRISRUD, JOSTEIN, y WEIBULL, Lennart (eds.), *Media, Markets & Public Spheres: European Media at the Crossroads*, Intellect, Bristol, 2010. ISBN: 978-1841503059.



Un muy interesante recorrido a lo largo de medio siglo sobre el cambio en el papel de los medios en Europa, que han sido tenidos como nutrientes de opinión y de la esfera pública. Participan en el libro diez destacados analistas europeos, que se atienen al lema que informa el programa de la European Science Foundation: "Changing Media, Changing Europe". Entre otras muchas firmas, las de Peter Golding, Peter Dahlgren, Dominique Pasquier y Graham Murdock, este último con un trabajo sobre la cultura de los famosos en la esfera pública y la *tabloidización* del poder. En su conjunto, un panorama crítico de las transformaciones en las dietas informativas de los europeos, con especial orientación a la agenda de contenidos, enmarcado y construcción simbólica, así como propuestas destinadas al rescate democrático de la cultura mediática.

ZELIZER, BARBIE (ed.), *The changing faces of Journalism: tabloidization, technology and truthiness*, Routledge, Nueva York, 2010. ISBN: 978-0415778251.

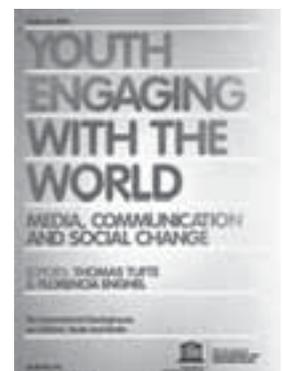
Conjunto de interesantes trabajos, debidos a prestigiosos académicos, sobre los procesos de degradación del periodismo. Se pone de relieve una pérdida progresiva de calidad en los soportes mediáticos de la información y una progresiva orientación hacia temáticas



y lenguajes que acercan los contenidos a un gran público desde una perspectiva cercana al espectáculo, los sucesos y otros valores que se alejan de lo que tradicionalmente se entiende como criterio de lo noticiable. Barbie Zelizer, antigua periodista y profesora de la Universidad de Pennsylvania, hace una introducción crítica, en la que refiere lo distanciado que el pensamiento académico sobre el periodismo ha estado de la práctica profesional y la industria, circunstancia que asimismo ha influido en la escasa respuesta del pensamiento crítico ante fenómenos como el de la *tabloidización* y la pérdida de calidad en la construcción periodística.

TUFFTE, THOMAS, y ENGHEL, FLORENCIA, *Youth engaging with the world: media, communication and social change*, Nordicon-UNESCO, Goteborg, 2009. ISBN: 978-9189471825.

Anuario 2009 de la International Clearinghouse on Children, Youth and Media, iniciativa de UNESCO, creada en 1997, que desarrolla el instituto de la Universidad de Goteborg Nordicom (Nordic Information Centre for Media and Communication Research). Además de varios trabajos que sitúan a la juventud en el centro de las transformaciones sociales, descubre las formas globalizadas





de comunicación e interacción en la construcción de nuevos marcos culturales de referencia y la evolución las identidades. En el libro se describen casos concretos y experiencias de Chile, Bielorrusia, Corea del Norte, Zimbabue, Tanzania, Turquía, Estados Unidos y Brasil.

Los jóvenes tienen un papel clave en el nacimiento de los medios ciudadanos en las naciones en vías de desarrollo, con lo que ayudan a fomentar el debate público y el despliegue de campañas a favor de causas particulares, como prevención sanitaria, la lucha contra el SIDA, las libertades públicas, el comercio justo, etc. Diferentes plataformas, blogs y redes sociales en internet como crean formas nuevas de comunicación y movilización, animadas sobre todo por los jóvenes.

BOCZKOWSKI, P.J., *News at Work. Imitation in an Age of Information Abundance*, Chicago: The University of Chicago Press, 2010. 2 ISBN: 978-0226062792.

La paradoja actual del sistema de medios, donde la sobreabundancia de información va acompañada de un menor número de noticias, es el eje central del último trabajo del profesor de la Universidad de Northwestern (Chicago), Pablo Boczkowski. Este es el origen del desencuentro entre las audiencias y unos medios clónicos caracterizados por la homogeneización de sus contenidos y la ausencia de exclusivas. Los nuevos hábitos del consumo mediático y esta espiral de la imitación resultan claves para entender la preocupante situación actual por la que atraviesan las empresas periodísticas. Una teoría avalada por el estudio etnográfico que el autor realiza en dos diarios argentinos: *Clarín* y *La Nación*.

YIN YUNGONG, *El desarrollo de los nuevos medios, en China*. Academia de Ciencia Social, 2010. ISBN: 978-7509716168.

Nuevos medios es, además de una expresión muy popular en los últimos tiempos



en China, un concepto elevado ya a la categoría de asunto, más que importante, relacionado con el desarrollo nacional chino desde el punto de vista global. Hay dos características a destacar en estos nuevos medios: en primer lugar, las formas originales en las surgen; y en segundo lugar, la integración de las nuevas tecnologías, como internet, con los medios tradicionales.

El libro es una reflexión sobre el desarrollo y los efectos en la sociedad de los nuevos medios desde el ángulo de la cultura global de internet. La atención se centra en el estatus actual de las páginas web de diarios chinos, los informes anuales de la BBC, los blogs, las redes sociales, IM (*Instant Messaging*), IPTV (*Interactive Personality TV*) o la TV digital. Los temas más populares van desde la evolución del papel de internet en los medios, el desarrollo y la aplicación de internet móvil y la red 3G; pasando por la administración y el desarrollo de los juegos en línea en China, así como de los videojuegos violentos y su impacto negativo en los más jóvenes; hasta la industria nacional china de animación.

WU XINJUN, *Nuevos medios y economía mediática*, Shanghai San Lian, 2008. ISBN: 978-7542628244.



Nuevos medios y economía mediática recopila una serie de investigaciones de tesis económicas. Los epígrafes se articulan en torno a los siguientes temas: La investigación y análisis de la estrategia de gestión de los recursos informativos muy homogéneos de las página web de periódicos; la nueva orientación en el desarrollo de la televisión por cable en la transición del siglo XX al siglo XXI; las dificultades en la gestión de la televisión digital de pago en China y en la investigación sobre las estrategias de solución; el tránsito del periodismo a la información y las redes sociales.

Este libro trata de explicar el concepto de "nuevo medio", así como de analizar su futuro. A lo largo de este compendio de investigaciones se discute la interacción entre los nuevos medios y la cultura social; entre los nuevos medios y la educación, etc. Finalmente, se proponen estrategias con las que se podría mejorar la industria del los nuevos medios en China.

TEODORO LEÓN GROSS Y BERNARDO GÓMEZ CALDERÓN (dirs.), *Diez articulistas para la historia de la literatura española*, Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid-Fragua-Asociación de la Prensa de Cádiz, 2009. ISBN: 978-8487641411.

Diez articulistas para la historia de la literatura española es un volumen dirigido por los profesores de la Universidad de Málaga Teodoro León Gross y Bernardo Gómez Calderón, en el que se reivindica la obra en prensa de un selecto grupo de escritores y periodistas que han cultivado el columnismo con proyección y altura literarias, desde las primeras décadas del siglo XIX hasta la actualidad. La selección incluye a Mariano José de Larra, Pedro Antonio de Alarcón, Leopoldo Alas Clarín, Mariano de Cavia, Julio Camba, César González Ruano, Josep Pla, Manuel Alcántara, Francisco Umbral y Manuel Vicent. Cada capítulo corre a cargo de un especialista, que firma una breve reseña biográfica y profesional del autor en cuestión y selecciona algunos de



sus mejores textos. La obra ofrece, así, una completa panorámica del género, combinando la vocación académica con el afán divulgativo.

GUILLERMO OROZCO GÓMEZ y MARÍA IMMACOLATA VASALLO DE LOPES (coord), *Convergencias y transmediación de la ficción televisiva*, Rio de Janeiro (Brasil), Globo S.A, 2010. ISBN: 978-8525048752.

El Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva constituido como Obitel desde su surgimiento en 2005 reúne y compara en este libro los hallazgos de un año de análisis de la ficción televisiva en nueve países dispersos entre las geografías latinoamericana, ibérica y estadounidense. En el análisis se trata de dar cuenta de, al menos, cinco dimensiones: producción, consumo, comercialización y propuestas temáticas. Uno de los objetivos durante el proceso de estudio y descripción es la comparación sincrónica y diacrónica para revelar aspectos en común y resaltar lo distintivo a la vez. Reconocidos investigadores de la comunicación y la cultura del ámbito iberoamericano reflejan tendencias, culturas y mercados del entretenimiento audiovisual en un mundo cada vez más globalizado, partiendo de la observación de los hábitos de consumo de la televisión.

FERNÁNDEZ VICENTE A. (COORD.): *Nomadismo contemporáneos: formas tecnoculturales de la globalización*, Universidad de Murcia, Murcia, 2010. ISBN: 978-8483716519.

El nomadismo no se refiere sólo a las culturas primitivas que por razones de necesidad se veían obligadas a cambiar de lugar con frecuencia. Tampoco es hoy un signo de pueblos poco civilizados, un rasgo arcaico contrapuesto a la urbanidad de los asentamientos duraderos. Más bien, se diría que el proceso cultural –en sentido amplio como modo de ser en el mundo– está primando los desarraigos de toda índole sobre los espacios fijados y estructurados. Por ello, entre



las tendencias que definen nuestra época, la actitud y las prácticas nómadas ocupa un lugar central. Nuestras vidas cotidianas se hallan comprometidas cada vez más con la movilidad incesante que nace de causas tanto tecnológicas como sociales, económicas o políticas. La obra trata de formular interrogantes acerca de esta conexión entre la cultura nómada, la tecnología y las tensiones sociológicas contemporánea en un mundo globalizado. Lo hace desde el punto de vista de autores de referencia en el campo de las ciencias sociales y de la filosofía. Aspectos del nomadismo tales como su relación con el mundo políticas del otro a partir de los viajeros y narraciones de ficción, las implicaciones de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las llamadas diásporas digitales, la urgencia de un nomadismo cosmopolita en el contexto de la globalización e el impacto de las telecomunicaciones móviles sobre nuestra vida cotidiana abren nuevos territorios de discusión.

LAGUNA A.: *Las claves del éxito. Por qué votan los ciudadanos*, Group Editorial, Barcelona, 2010. ISBN: 978-8499420707.



A mitad de camino entre la reflexión y la práctica profesional, *Las claves del éxito político* es un excelente trabajo divulgativo donde se cruza la historia de la comunicación con la sociología electora, la ciencia política con la psicología social y la teoría de la comunicación con el marketing político y electoral. Desde la síntesis de estos conocimientos, el profesor Laguna responde a cuestiones clave: ¿dónde radica el éxito? ¿En el partido y sus siglas? ¿En el líder por sus habilidades especiales? ¿En el mensaje por su fuerza comunicativa? ¿En los medios capaces de influir en las personas? O quizás en todo, en función de la cultura política de la sociedad donde se interactúa. Sin lugar a dudas, esta importante obra desvela las razones fundamentales que llevan a un ciudadano a votar en un sentido u otro.

RETTIS J., LAMUEDRA M., GARCÍA MATILLA A.: *Los informativos diarios en BBC y TVE. Los discursos de productores y receptores sobre televisión pública en Europa*. Ediciones De la Torre, Madrid. 2010. ISBN: 978-788479604301.

Este libro recoge los resultados de una investigación realizada por el Grupo de Investigación de la Televisión Pública (GITEP) entre 2006 y 2009, en un estudio comparativo realizado en España y en el Reino Unido. El trabajo que se incluye en esta publicación sirve de radiografía de lo que los profesionales y públicos de BBC y TVE opinan sobre el servicio público de televisión en general y sobre el papel específico de los informativos en el cumplimiento de las obligaciones de servicio público en este medio de comunicación. La investigación ha estudiado los discursos de medio centenar de profesionales en ambos países, con entrevistas en profundidad y observaciones participantes. Se han realizado también entrevistas a decenas de telespectadores españoles y británicos que siguen la programación de sus televisiones públicas estatales. A partir del análisis comparado se esbozan conclusiones para un diagnóstico de la televisión pública en un momento de transición muy importante



para el futuro de la comunicación, tanto en España como en el Reino Unido, cuando está a punto de cerrarse la primera década del siglo XXI.

DÍAZ NOSTY, B. Y BEAUMONT, J.F (eds.): *Comunicación, Convergencia e integración en América Latina*, Pre-Textos, Valencia, 2010. ISBN: 978-8492913800.

Este volumen analiza, desde diferentes ópticas, los procesos culturales y políticos que en América Latina conducen al actual escenario de los medios de comunicación, así como las expresiones de convergencia en sus contenidos. Los medios de comunicación, en una muy amplia región, compleja y diversa, contribuyen a la recreación de los valores comunes de memoria que constituyen la identidad *ecocultural*, como denomina el profesor Vidal Beneyto a las áreas

articuladas por determinados vectores de convergencia.

Guillermo Mastrini, de la Universidad de Buenos Aires, nos sitúa en el plano de las nuevas formas de integración cultural. Luis Ramiro Beltrán, premio McLuhan de Naciones Unidas y uno de los padres del pensamiento latinoamericano de la comunicación, detalla los anhelos vividos durante más de tres décadas a favor de una cultura democrática de la comunicación. Una situación que, como señala el profesor e investigador de la Universidad Autónoma de México Raúl Trejo, sigue lastrada por un claro déficit. Déficit que se manifiesta en las prácticas de la libertad de expresión y el derecho a la información, como hace constar en su aportación el catedrático colombiano Javier Darío Restrepo. El sociólogo peruano Rafael Roncagliolo revisa las relaciones entre comunicación y democracia en la memoria reciente de América Latina, dirección en la que insiste Armand Mattelart, de la Universidad París VIII, con una reflexión sobre las políticas de comunicación y la conciencia crítica. Lorenzo Vilches, de la Universitat Autònoma de Barcelona, nos lleva, desde el conocimiento de la realidad de la región, a la reflexión acerca del binomio producción audiovisual-mundialización. José Marques de Melo, de la Universidad de Metodista de São Paulo, analiza los procesos de convergencia en la realidad mediático-cultural de Brasil.

El libro se abre con un trabajo de contextualización, debido a Bernardo Díaz Nosty y José Fernández Beaumont, de las Universidades de Málaga y Carlos III de Madrid, respectivamente, sobre los medios y la sociedad de la información en América Latina.

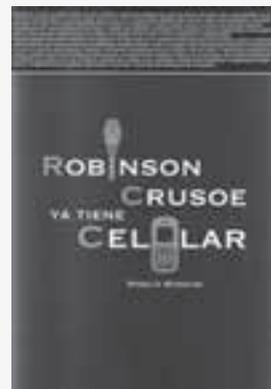
WINOCUR, ROSALÍA, *Robinson Crusoe ya tiene celular. La conexión como espacio de control de la incertidumbre*. Siglo XXI editores México, 2009. ISBN: 9786070301193

¡Mira que es difícil escribir hoy algo sobre las “nuevas tecnologías” que no sepa a recocinado de lo que en su tiempo ya dijeron los apocalípticos o los integrados! Y sin embargo la autora de este libro logra un acercamiento distinto, arriesgado y original. Distinto porque no juega en la cancha de los dualismos maniqueos y su tramposa certeza; arriesgado porque no mira las tecnologías-en-sí-mismas sino su revés: la densidad simbólica de sus usos incluso entre la gente más pobre y desposeída; Y original porque rastrea desde dentro lo que Walter Benjamin llamó *el nuevo sensorium colectivo*, o sea, las transformaciones de la experiencia tanto en el ámbito de lo privado como de lo público e incluso de lo íntimo que es donde más hondamente se experimenta la soledad y la incertidumbre, provengan de la inestabilidad laboral o de la precariedad de la pareja.

Añadiré solamente un mérito más. Eso de hacer antropología en la ciudad está muy de moda, pero si lo está es porque hace trampa: traslada a la ciudad “los objetos” de la antropología indigenista o ruralista, ya sean la idealización de las “comunidades” o la tentación de la nostalgia por lo puro y auténtico, o sea “lo verdadero”. Rosalía Winocur, siguiendo a la maestra Amalia Signorelli, que hace tiempo diferenció esa antropología-*en-la-ciudad* de una antropología-*de-la-ciudad*, no anda a la busca de autenticidades sino de experiencias vivas y por lo tanto ambiguas, complejas, contradictorias, asimétricas y tensionadas, portadoras y expresivas de conflictos irresueltos. Que es de lo que están hechas las vidas de los y las que usan y se apropian socio subjetivamente de las TIC.

Pocos libros, en estos tiempos de determinismos escapistas, ejercen tan ciudadanamente un saber que nos desconcierta y desdogmatiza como, además, el tan llana y bellamente escrito libro de Rosalía.

Jesús Martín-Barbero



La edición digital de Infoamérica supera los dos millones de visitas en un año

www.infoamerica.org

Durante los últimos doce meses (noviembre 2009-octubre 2010), la edición digital de Infoamérica superó los dos millones de visitas (2.015.780), según los datos de tráfico del proveedor de servicios Sarenet (Grupo Vocento).

Por naciones, México integra el núcleo de demanda más fuerte (20,5%), seguido de España (13,8), Estados Unidos (9,7), Colombia (9,1) y Argentina (8,2). Durante el último año, se ha apreciado una mayor internacionalización de la edición digital, rompiéndose la polarización de años anteriores en torno a las naciones de habla española. Cabe destacar la consolidación, además de la demanda de Estados Unidos, la de Francia (3,9) y Brasil (2,3), el fuerte ascenso de China (1,8%), que en octubre de 2010 ya suponía el 3,3 por ciento del tráfico, y el crecimiento continuado de Australia (1,0) y Rusia (0,9).

Las naciones de habla española suponen el 72,5% del total. Por continentes, América representa el 69,9% de las visitas, seguida de Europa (25,1), Asia (2,3), África (1,5) y Oceanía (1,2). Durante el período moviem-



Visitas registradas en la web infoamerica.org (2009-2010)

Noviembre 2009-Octubre 2010				Noviembre 2008-Octubre 2009				
RANK	TOTAL VISITAS	%	CAMB. VISITAS	RANK	TOTAL VISITAS	%		
1	México	329.638	20,5	1,6	1	México	324.618	22,8
2	España	221.767	13,8	-20,8	2	España	280.099	19,7
3	USA	155.744	9,7	-0,9	3	USA	157.191	11,1
4	Colombia	147.278	9,1	28,7	4	Colombia	129.690	9,3
5	Argentina	133.686	8,2	3,0	5	Argentina	122.744	8,6
6	Venezuela	88.047	5,5	0,4	6	Venezuela	87.707	6,2
7	Perú	74.672	4,6	10,8	7	Perú	67.372	4,7
8	Francia	62.865	3,9	21,9	8	Chile	59.188	4,2
9	Chile	61.203	3,8	4,3	9	Francia	51.569	3,6
10	Brasil	36.334	2,3	38,7	10	Brasil	26.198	1,8
11	China	28.528	1,8	193,7	11	Bolivia	21.660	1,5
12	Ecuador	27.183	1,4	41,8	12	Ecuador	19.165	1,4
13	Bolivia	22.003	1,3	1,6	13	Alemania	15.990	1,1
14	Australia	15.992	1,0	138,8	14	Suecia	10.975	0,8
15	Alemania	14.115	0,9	-11,2	15	R. Dominicana	10.232	0,7
16	Rusia	13.766	0,9	232,8	16	Portugal	10.161	0,7
17	Portugal	13.576	0,8	33,6	17	China	9.779	0,7
18	Suecia	12.003	0,7	9,4	18	R. Unido	8.444	0,6
19	R. Unido	11.233	0,7	32,8	19	Australia	6.447	0,5
20	R. Dominicana	8.990	0,6	-12,1	20	Rusia	4.136	0,3
Otros	134.091	8,3	1,3	Otros	132.396	9,3		
Conocidos	1.411.592	100,0	13,7	Conocidos	1.423.265	100,0		
Descon.	404.188	104,2		Descon.	197.948			
Total	2.015.780	15,0		Total	1.753.609			

FUENTE: software analizador Sarenet (Grupo Vocento), 2011-2010. Elaboración propia.

bre 2009-octubre 2010, el origen del 20,1% de las visitas (404.188) no fue identificado por el proveedor de servicios. La información descargada fue de 398,96 GB. En octubre de 2010 -última información disponible-, se contabilizaron un total de 116.973 usuarios únicos, 195.081 visitas, 416.314 páginas servidas y 20.471 documentos descargados con un contenido equivalente de 41,52 GB. ■

