

NÉSTOR GARCÍA CANCLINI. 2007. *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Gedisa, 136 pp. (Natalia Soazo).

Este libro va en la búsqueda de caminos que permitan construir una óptica en torno a las relaciones entre lector, espectador e internauta, en la era de la digitalización y conectividad informática. Lo anterior supone un desarrollo dinámico en la medida en que los recorridos y acercamientos a estas cuestiones nos muestran cruces y desplazamientos en distintos escenarios. Por lo tanto, el horizonte a alcanzar no es único, sino que por el contrario la posibilidad está en atender a las múltiples resignificaciones que estas dinámicas culturales tienen entre sí.

El texto está constituido por breves artículos, relacionados entre sí, repensando nuevas fronteras y espacios, en donde los hábitos y consumos culturales tienen lugar.

El primero, *Aperturas*, plantea las transformaciones, interrupciones, discontinuidades, que el lector vive mientras lee. Se trae a la discusión el pensamiento de Italo Calvino: “Cada libro nace en presencia de otros libros, en relación y cotejo con otros libros”, apelando con esto a la intertextualidad. Ahora, ¿qué sucede con estas interrelaciones en una época de cultura industrializada?, es una cuestión que guiará estas reflexiones. El segundo, *Asombro*, nos habla de las estrategias de las artes para atraer al público masivo. Las corrientes vanguardistas, ahora ceden el paso a las lógicas del mercado. Sin embargo, es necesario establecer, que ante la masiva y abundante información que recorre el ciberespacio, no se construyen puentes que permitan hacer el tránsito en un mundo altamente fragmentado. El problema está, por tanto, en que a través de esta aventura digital nos ceguemos con la proliferación de textos e imágenes, lo cual nos impida ver la existencia de otros universos de significados. En *Audiencias* el eje central lo constituye la formación de públicos, que dependen de diversos contextos. El medio para cumplir lo anterior es formar tanto a un lector de libro como a un espectador y televidente, combinando lenguajes y espacios, a fin de asumir los efectos y condicionamientos de la escena digital. El cuarto, *¿Campos culturales o mercados?*, del campo artístico propio de los siglos XVIII, XIX y XX, donde los museos, galerías y universidades modernas albergaban obras de arte cuyo valor se creaba sin las presiones de sectores políticos o religiosos, pasamos a una era donde observamos una mercantilización de la producción cultural, masificando el arte y la literatura. Los parámetros y criterios se basan en la rentabilidad económica por sobre el valor estético. En *Cinéfilos y videófilos* surge la pregunta ¿cómo se forma el saber filmico de los cinéfilos y videófilos? Quien asiste a una sala de cine no conoce al director de la película, ni tampoco se interesa en clasificar a las películas en el género correspondiente. En los videófilos se da una relación con las películas de una *presente sin memoria*, en cuanto al desinterés mostrado por cintas antiguas. Los criterios de clasificación también marcan una diferencia. Por un lado, en las salas de cine se organiza la información en fichas técnicas, en tanto en los videoclubes se organizan las cintas en géneros, que en su mayoría son de origen estadounidense y habladas en inglés. En *Ciudadanos* se constata que ante la masiva expansión de los mercados culturales el ciudadano se vuelve incapaz de intervenir tanto en la información como en los espectáculos a los cuales asiste. La centralidad y organización de la información no cambia. Ante esta situación, se pide la *defensa del internauta*, a fin de promover competencias menos desleales entre empresas, dar confiabilidad a la información y reducir la brecha digital. En *Consumidores* se apela a la falta de diversidad de la oferta, lo cual crea condiciones poco favorables para que el consumidor sea activo, volviéndolo inerte en muchos aspectos. El camino que se puede trazar es ejercer la ciudadanía y el acceso a bienes y tecnologías, siendo conscientes de lo que se quiere. En *Convergencia digital* se remite a la fusión de radio, televisión, música, Internet, noticias, libros, revistas. Estos se digitalizan, rediseñando los modos de acceso a los bienes culturales y formas de comunicación. En *Creatividad* se establece que la capacidad creativa de los artistas está condicionada por las exigencias de los mercados artísticos. Los criterios empresariales no estimulan la creatividad de la obra de arte, más bien buscan aumentar los recursos mediante la recuperación de las inversiones en este mercado. En *Cuerpo postdigital* la incorporación del reloj a los ordenadores y móviles representa una nueva relación con el tiempo y a las maneras de acceder a él. En *Cuerpo* la interrogante que se plantea aquí es ¿hay un cuerpo del lector y otro del espectador? Los estereotipos construidos en torno a estas dos figuras tienen en común el aspecto *sedentario de la imagen*. El internauta en esta esfera supone más acción y realiza múltiples funciones: lee, responde al teléfono, ve una película y contesta

e-mails. En este escenario, podemos pensar que aun el cuerpo sentado atraviesa fronteras. En *Espectador*, dentro de diversos espacios los sujetos sociales no permanecen estáticos frente a las obras que observan; varían las distancias, las posiciones y los juicios acerca de ellas. En *Interactividad*, en la era digital, la interactividad se desterritorializa, las fronteras se esfuman, se interactúa desde diversas posiciones y lugares, incluso inventando identidades y simulando situaciones. Se forman de esta manera “contextos”, los cuales posibilitan nuevas formas de sociabilidad, basadas en valores y sensibilidades, acordes a los acontecimientos que tienen lugar en el proceso de circulación. En *Internautas* las redes virtuales van cambiando las maneras de leer, de observar y de relacionarse en un contexto determinado. En *Lectores*, se postula que en nuestra actualidad ha cambiado nuestra forma de leer. Acaso no leemos de igual forma a Joyce, Cervantes, Kafka, Borges, Tolstoi; incluso estos mismos escritores en su larga trayectoria han construido muchos personajes, ni siquiera ellos los pensaron de igual manera nos dice Ricardo Piglia en su libro *El último lector*. La crítica literaria contemporánea no puede pretender construir una sola forma de leer a estos autores. Un texto es para leerlo, escucharlo, imaginarlo, observarlo. En *Local*, en una época de interdependencia a nivel global, lo local no desaparece, sino que se rediseña de acuerdo a la conectividad con otros lugares, lenguas y culturas. En *Marcas*, actualmente se diluye la autonomía de los campos culturales, las marcas independizan redes de significados. Vamos por dos caminos: el uso cotidiano de los objetos y el espectáculo de las marcas. En *Museo*, ante la agonía de las vanguardias y la escasez en la búsqueda del valor estético, se han hecho esfuerzos por tratar de convertir al museo en centro cultural, donde las artes visuales se combinan con libros, revistas, videos y recursos multimedia. En *Museo para la globalización*, lo interesante es que nos invita a pensar en los interlugares, es decir, todo aquello que no es de *aquí* ni de *allá*. Ya no estamos en presencia de un objeto que pertenece a un determinado patrimonio, sino de espacios y circuitos en disputa. En *Piratas*, el acceso a bienes globalizados, aparecen viales a través de recursos informales e ilegales, más que a una reestructuración más justa del orden social. En *Sospechas*, las incertidumbres propias de la época unidas a las más variadas producciones cinematográficas, nos hacen preguntarnos ¿quién es el autor? En *Telesolidaridad* vemos cómo se filman escenas en lugares de extrema pobreza donde se busca apelar a la sensibilidad del telespectador. En *Wash and wear* observamos muchas acciones tendientes a regenerar el tejido y sentido social; performance en espacios públicos para denunciar los abusos del aparato opresor o frente a actos de corrupción. El desafío surge en torno a la organización social en un mundo altamente conectado. ¿Cómo se puede proteger el patrimonio, los universos de sentido en nuestra actualidad? La cuestión es pensar en la complejidad de las acciones y no esperar su desenlace. En *Zapping* se busca encontrar una posición, un lugar, dentro de la multiplicidad de redes, que apele a la autonomía y no al autismo.

*Lectores, espectadores e internautas* nos invita a emprender un viaje por caminos y bifurcaciones, los cuales hacen que el lector se sitúe en múltiples esferas. A ratos con cuotas de humor y ejemplos de nuestra cotidianeidad, el autor articula redes simbólicas en la búsqueda constante por ese “otro” que interactúa en las redes virtuales. Con lo inacabado y parcial que puede resultar un libro con muchos ensayos y de poca extensión, García Canclini no pierde la agudeza y audacia en su mirada. Nada queda cerrado, se construye aquí un espacio para la propia interpretación.

Universidad Austral de Chile  
 Doctorado en Ciencias Humanas  
 nsoazo@yahoo.es