

## **Nuevas dinámicas interculturales en la esfera pública virtual de Internet**

***Antonio Gómez Aguilar***

Grupo de Investigación Cultura y Comunicación. Universidad de Sevilla  
agomezag@yahoo.es

### **Resumen**

La comunicación intercultural siempre se ha enmarcado dentro de los procesos de comunicación interpersonales. Pero en la actualidad vivimos en una sociedad mediatizada donde los medios de comunicación masiva transmiten estereotipos culturales y forman a sus audiencias con planteamientos etnocentristas del mundo.

En medio de este ecosistema mediático aparece un nuevo entorno de comunicación propiciado por las nuevas redes digitales de comunicación: Internet. Este nuevo espacio para la socialización se ha convertido en la mejor representación real de lo que Tielhard de Chardin denominó la Noosfera. Nuestra propuesta es aprovechar este nuevo entorno para la comunicación intercultural frente a la competencia de las compañías que quieren comercializar la Web como un entorno meramente mercantil y lúdico.

### **Abstract**

The intercultural communication has always been framed inside the interpersonal communication processes. But nowadays we live in a mediatized society where the massive media transmits cultural stereotypes and they form its audiences with ethnocentric positions of the world.

Among this mediatic ecosystem a new communication environment propitiated by the new digital nets of communication appears: Internet. This new space for the socialization has become the best real representation of what Tielhard of Chardin called the Noosfera. Our proposal is

to take advantage of this new environment for the intercultural communication against the competition of the companies that want to market the Web like a merely ludic mercantile environment.

### **Interpersonal, mediada, interactiva**

Todas las formas de la cultura están en un constante proceso de hibridación. La hibridación es un *tercer espacio* que hace posible la emergencia de otras posiciones. Internet, como nuevo entorno de comunicación, se ha convertido en una nueva forma de dinamizar y de manifestar nuestra cultura, del mismo modo que también es una nueva forma de conocer, de acercarnos, de interesarnos, de comunicarnos con otras culturas y también así repensar la nuestra.

Las redes digitales suponen un cambio de paradigma cultural; un cambio producido una vez más por una técnica. La red permite conectar a las personas en un diálogo virtual y en una acción común. Permite una relación interindividual (de uno a uno), una relación de uno a muchos, de muchos a uno y de muchos a muchos. Internet está cambiando de forma acelerada todos los aspectos de la vida económica, social y cultural. Multitud de culturas locales se presentan en la red destacando sus peculiaridades culturales a través del lenguaje, los colores, los símbolos, etc. Internet sirve de banco de pruebas ya que en él podemos encontrar la persistencia de prejuicios, preferencias, intereses, estereotipos, pero también es un entorno propicio para el mestizaje cultural y la apertura a otras culturas.

Los estudios de comunicación intercultural, desde sus orígenes tras la Segunda Guerra Mundial, con la creación del nuevo orden mundial después de la contienda y la importancia de la influencia exterior de los Estados Unidos, han centrado su atención en la comunicación interpersonal. Desde que el antropólogo norteamericano Edward T. Hall utilizara por primera vez la expresión *intercultural communication* en su libro *The Silence Lenguaje* en 1959, los estudios de comunicación intercultural han avanzado mucho y se han extendido más allá de las fronteras y los intereses que los vieron nacer en los Estados Unidos.

De este hecho tenemos como consecuencia definiciones de comunicación intercultural de autores como Gudykust o Ting-Tonney que sólo

tienen en cuenta la comunicación interpersonal, y definen la comunicación intercultural como la “comunicación interpersonal entre pueblos con diferentes sistemas socioculturales y/o la comunicación entre miembros de diferentes subsistemas dentro del mismo sistema sociocultural” (Alsina,1988).

Los medios de comunicación, especialmente la televisión y ya en gran medida las nuevas redes informáticas, están transformando la mente de los seres humanos y los modos de pensar. Por este motivo la comunicación intercultural no puede limitarse al estudio de los procesos de comunicación interpersonal.

Los medios de comunicación influyen en muchas facetas de nuestra vida cotidiana. Entre dichas poderosas influencias está la que se ejerce sobre nuestro modo de interpretar las relaciones de sexo y género; las relaciones interraciales e interculturales. La influencia de los medios es tal, que podríamos llegar a decir que lejos de estar fundamentadas en nuestra experiencia directa del mundo, nuestras imágenes de la realidad social provienen de los medios de comunicación.

En el estudio de lo que se ha venido a denominar la comunicación intercultural mediada, hay que tener presentes varios aspectos: primero, que los medios de comunicación masiva son etnocentristas. Si nos fijamos en la palabra etnocentrismo, como hace Miquel Rodrigo Alsina (1999:81-82), “en la palabra “*etnocentrismo*” podremos entender que “*centrismo*” hace referencia al punto de vista, al centro de nuestros juicios, mientras que “*etno*” se refiere a nuestro propio grupo cultural”. Por lo tanto una visión etnocentrista implica partir del sentimiento de que nuestro propio grupo es el centro de lo razonable y correcto en la vida y por tanto como dice Alsina (1999:82), “lo propio es lo adecuado y lo ajeno va de lo exótico a lo inadmisibile”. Una visión etnocentrista conlleva una comparación con un “otro” basada en prejuicios que parten de ideas previas, ideas de superioridad cultural de una cultura sobre otra, no se reconoce la diferencia cultural sin implicaciones de inferioridad fruto del desconocimiento del “otro”; para Alsina el conocimiento es reemplazado por el estereotipo.

El uso de estereotipos por parte de los medios de comunicación masiva es frecuente porque nos permiten encasillar, tipificar de manera fácil el mundo. Son en definitiva simplificaciones de la realidad y como tales son siempre incompletas y en muchas ocasiones más que formativas son

deformativas. Con un estereotipo correremos el riesgo de atribuir a las culturas características de sus individuos particulares y a los particulares las supuestas características de su cultura.

Históricamente esta visión etnocéntrica que nos ofrecen los medios de comunicación masiva ha ido calando en nuestras mentes individuales y en nuestras comunidades y grupos sociales. Dentro de los estudios culturales hay una inclinación hacia la recepción, la interpretación y las formas de lectura del espectador y las comunidades, indicando una concepción básica de los miembros de la audiencia como cogniscentes y bien dispuestos constructores del significado y la acción social. Los usuarios de los medios interactúan con, editan, discuten, refutan, ignoran, reformulan, se ríen de, usan y reinterpretan el simbolismo de los medios en sus encuentros personales con ellos y durante episodios interpersonales que acompañan o siguen a su exposición.

Lull (1990:56) haciendo referencia a la televisión afirmaba que

“las representaciones ideológicas en la televisión son entendidas y usadas por los actores sociales dentro de sus hogares como televidentes y miembros de la familia, y fuera de la casa como miembros de agregados sociales formales e informales. Cada una de estas configuraciones sociales tiene sus propias coaliciones interpersonales y jerarquías que influyen la manera en que el simbolismo de la televisión es interpretado y usado.”

En el caso de Internet, convendría plantearse si el aumento de interacción existente en este tipo de comunicación mediada nos permite mantener la tradicional distinción entre comunicación de masas y comunicación interpersonal. El correo electrónico, los foros de discusión, los chats, las comunidades virtuales, son nuevas formas de entrar en contacto unas personas con otras. En el ciberespacio, donde no hay fronteras físicas, nuestro interlocutor en otro nodo de la red puede pertenecer a nuestra misma cultura o puede pertenecer a una cultura parcial o totalmente diferente. Esto también ocurre con las audiencias de prensa, radio o televisión. Las audiencias, como comunidades interpretativas son múltiples, superpuestas y potencialmente contradictorias. Es más, puede haber comunidades interpretativas semejantes en culturas diferentes. Pero con Internet, desde nuestro terminal, en nuestra propia casa, co-

nectados a la red nos convertimos ahora más que nunca, como elementos constitutivos de nuestra propia cultura, en transmisores de ella y responsables de su difusión, de su conservación y de su transformación.

### **Cultura, comunicación y simulacro en la esfera pública virtual**

La red global que forman los ordenadores se configura como un medio transnacional que posee espacio y cultura propios, frecuentemente denominados cibercultura y ciberespacio, y también crea comunidades. Para muchos autores la cuestión es qué tipo de *comunidades humanas* permite la red. Las denominadas *comunidades virtuales* o, más gráficamente, *comunidades de la mente*, como las denomina Gordon Graham (1999) suscitan diversas valoraciones. La navegación por la red implica una cierta renuncia a la corporeidad; para algunos desde una cierta óptica cartesiana las personas son mentes y sus cuerpos meras pertenencias lo cual aplicado a las comunidades virtuales implicaría una forma más libre y más elevada de intercambio. Por el contrario, para otros las mentes puras son personas empobrecidas con lo cual los intercambios entre mentes incorpóreas sería una forma de comunicación limitada y por tanto una forma de comunidad que se podría denominar de segunda categoría (Graham,1999:146).

Otro problema que plantea la interacción con ordenadores es la mediatización. “Mediatización es el nombre que ha recibido el proceso de articulación del funcionamiento de las instituciones sociales con los medios de comunicación” (Sodré,1998:9) y en esta sociedad mediatizada “tecnocultura es una designación, entre otras posibles, para el campo comunicacional como instancia de producción de bienes simbólicos o culturales, pero también para la impregnación del orden social por los dispositivos maquínicos de estetización o culturización de la realidad”. Para Muñiz Sodré (1998), todo esto sugiere una especie de *reinención de la cultura*.

Esta mediatización de la que habla Sodré sitúa al hombre actual frente a nuevos entornos comunicativos. Entornos que para muchos autores están inmersos en la *cultura del simulacro*, en el sentido que la marcó Jean Baudrillard; y orientados, dentro de la redes digitales, hacia una cultura del acceso: acceso a experiencias culturales con las que el nuevo hipercapitalismo comercia. “La realidad se ha hecho hiperreal; es decir,

simulacro de sí misma”, como dice Blanca Muñoz (1989:335), “estamos en una sociedad obesa, cancerígena, precisamente por la multiplicidad de formas vacías, de puros objetos” o como afirma Jenaro Talens, *vivimos en no lugares llenos de sujetos vacíos*. Dentro de este intercambio mercantil de bienes, el “hombre ocioso” (*homo otiosus*) está sustituyendo al “hombre productivo” (*homo faber*). Los sujetos entran en una dinámica lúdica, en el “juego” del consumo, y se incorporan a una práctica ociosa en la que sus preferencias en el mercado orientan el sentido de su existencia. En esta línea de pensamiento, autores como Cesar San Nicolás (2002) plantean que

“los nuevos sujetos que se configuran a través de la mediación del acceso a las redes de intercambio navegan por una esfera puramente virtual donde neutralizan las implicaciones culturales y únicamente tendría cabida el hecho totalmente alienable de la “experiencia lúdica” por unos derroteros tecnológicos regidos por la suspensión de la “identidad imaginaria colectiva”, donde el único pacto o contrato pragmático posible es de naturaleza modelizante y lúdica.”

Las nuevas tecnologías rompen la visión perspectivista del *cuattrocento* como manera de organizar la visión del mundo. Nuestra visión del mundo ya no es objetiva, sino *teleobjetiva*. Vivimos el mundo a través de la representación, la cual, transforma nuestra relación con el mundo en una relación telescópica en la cual se empalman lo lejano y lo cercano. Todo queda aplastado sobre una sola superficie, la *interface* el monitor. La navegación por la red nos ofrece infinitas capas de ideas, imágenes y sentimientos que caen sobre nuestro cerebro, pareciendo que cada una sepulta a la anterior pero, en realidad, ninguna desaparece, con lo cual nuestra visión se acerca a lo que podríamos denominar *cu-bismo informático*.

Giovanni Sartori (1998), en su libro *Homo Videns*, plantea desde el mismo enfoque que Cesar San Nicolás, que la capacidad de abstracción del ser humano se basa en el lenguaje, en palabras abstractas cuyo significado no se puede traducir en imágenes, de hecho cualquier traducción a imágenes es siempre un sucedáneo infiel y empobrecido del concepto que intentan “visibilizar”. Por tanto el mundo audiovisual sustituye el lenguaje conceptual (abstracto) por el lenguaje perceptivo

(concreto) de las imágenes que es más pobre en cuanto a la riqueza de significado, a la capacidad connotativa: “la conclusión es que un “conocimiento mediante imágenes” no es un saber en el sentido cognoscitivo del término y que, más que difundir el saber, erosiona los contenidos del mismo” (1998:52). Este problema que plantea la imagen se traslada al nuevo entorno que ofrece Internet. La pantalla del ordenador, el *interface* que nos permite el acceso a las redes digitales es una imagen. Y aunque Sartori (1998:53) ve el televisor como un instrumento monovalente que recibe imágenes con un espectador pasivo que las mira, mientras que el mundo multimedia de Internet es un mundo interactivo (y, por tanto, de usuarios activos) y polivalente (de múltiple utilización) cuya máquina es el ordenador que recibe y transmite mensajes digitalizados, el hombre que se enfrenta a Internet ya está formado por la televisión y su interés cognoscitivo no está sensibilizado para la abstracción, por ello no todos los usuarios logran obtener de Internet el saber que en ella hay almacenado, sino que se dejan arrastrar por un consumo de la red como mero *hobbie*, como un paseo o un deambular ocioso sin un rumbo fijo. Por este motivo muchos autores ven un futuro modesto de Internet como instrumento cultural de crecimiento de las culturas.

A esto se añade que el acceso a la red está reservado a unos pocos e incluso, como matiza Castells, muchos de éstos tienen el acceso limitado o no son capaces de sacarle partido. Esta disparidad entre quienes están conectados y los que no crea una brecha social que Castells (2001:275-305) llama la *divisoria digital*. Los mapas del nuevo *cabado global* muestran claramente esta frontera electrónica. Una ancha franja, de América del Norte a Europa, presenta un elevado nivel de acceso a la tecnología de las telecomunicaciones, en contraste con vastas áreas, como África y América del Sur, donde este nivel de acceso es bajo. En opinión de muchos teóricos cuando en una de estas últimas áreas crece la disponibilidad de telecomunicaciones, sus habitantes empiezan a prosperar.

Pero esta divisoria no se ciñe solamente al acceso o no a Internet, ya que en sí mismo, como ya hemos visto, no es una solución. Las tendencias de desarrollo tecnológico parecen apuntar hacia la desaparición de esta diferencia y de las diferentes formas de acceso hasta una, al parecer, futura igualdad. Pero aunque deje de ser algo diferenciador el pro-

blema de la divisoria digital podría perdurar fundamentalmente por dos motivos. El primero de ellos es que el avance de la tecnología será un hecho para todos, lo cual hará que para cuando el acceso a Internet por la vía telefónica sea una realidad para todo el mundo, las élites globales, como dice Castells, se habrán escapado ya a un círculo superior del ciberespacio, con lo cual se generará una nueva divisoria tecnológica.

“Para entrar en el ciberespacio es necesario poseer un ordenador, línea de teléfono y tener acceso a un servidor de pago o gratuito, lo que torna a los habitantes del espacio-público-virtual una élite. Frente a esto tal vez sea mejor definir el ciberespacio como una *esfera*-pública-virtual (y no como un espacio-público-virtual), destinada al encuentro de una nueva élite transnacional, una perspectiva que, de diversas formas, está implícita en mi concepción de comunidad transnacional imaginada-virtual. En el ciberespacio se va configurando una élite con otra experiencia de tiempo y de espacio, vinculada a la administración de una mayoría todavía fuertemente prisionera de los parámetros existentes en el mundo real. Estos parámetros tienen en común, con los del ciberespacio, el hecho de estar histórica y socialmente construidos, pero no obedecen a una lógica tan flexible de manipulación del tiempo-espacio” (Ribeiro, 2003:208-209).

La revolución de las telecomunicaciones obliga a la sociedad entera a adaptarse a una nueva estructura de ámbito cultural, social y laboral. Sin embargo, no todos se adaptarán por igual a estas transformaciones. El otro motivo de la permanencia de la divisoria digital es con seguridad el más grave. Castells habla de la *brecha del conocimiento* cuando se refiere a esas personas que tienen acceso a la red pero que no sacan partido de ella. Hablamos de brecha del conocimiento y no de brecha de información. Y es que, aunque se hable de sociedad de la información y de sociedad del conocimiento, información y conocimiento no son sinónimos. El exceso de información equivale a la desinformación. El individuo se puede asfixiar en Internet y por Internet. Disponer de demasiada oferta puede hacer estallar la oferta. Por eso para muchas personas la salvación no consiste en acceder al mar de información de la red, sino protegerse de la avalancha de información y de mensajes. Para Sartori (1998:56), “los verdaderos estudiosos seguirán leyendo li-



bros sirviéndose de Internet para completar datos, para bibliografías y la información que anteriormente encontraban en los diccionarios". Otro debate en esta misma línea es el futuro de los libros frente a la abundante información que se está digitalizando y colgando en la red. Respecto a este debate Umberto Eco (1996) observaba con gran sensatez: "no podremos prescindir de los libros (...) Si me conecto a Internet y voy al programa Gutenberg puedo acceder a toda la obra de Shakespeare ¿Pero, por qué tendría que saturar el ordenador con una masa de bites [...]y luego esperar dos semanas para poder imprimirlo, cuando por 5 dólares [...] puedo comprar la edición de Penguin?" Ciertamente. Podemos estar de acuerdo con este razonamiento de Eco, pero el potencial de Internet va más allá de eso. De hecho la aparición de un nuevo medio<sup>1</sup> siempre ha sido más un proceso de acomodación y de reestructuración del ecosistema mediático que de eliminación. Pero insisto, el valor de Internet va más allá de eso, probablemente lo mejor que aporta la red es la *conectividad*. Lo que autores como Pierre Lévy o Derrick De Kerckhove llaman la *inteligencia colectiva* o las *inteligencias en conexión*, basada en un principio simple y claro que es que *todo el mundo sabe algo*. En este sentido como dice Javier Candeira (2001:111); "cada uno aporta su poquito de información, su trozo de maraña, y sin embargo todos disfrutamos del total. Se reparte el trabajo y se comparten los frutos." Esta grandeza de Internet se enfrenta a los problemas que hemos desarrollado anteriormente. Las posibilidades de Internet son infinitas, para bien o para mal. Son y serán positivas como dice Sartori cuando el usuario utilice el instrumento para adquirir información y conocimientos, es decir, cuando se mueva por genuinos intereses intelectuales, por el deseo de saber y de entender. El problema es que la mayoría de los usuarios de la red, educados en la pasividad del audiovisual de la televisión encuentran en Internet una nueva forma de perder su tiempo en futilidades con lo que no aportarán progreso cultural alguno. Aún así, frente a este hecho incuestionable desde aquí seguimos abogando por la postura, neopositivista de autores como Vázquez Medel o Javier Candeira (2001:93) que siguen pensando que dentro de la red hay personas que "no sólo saben más de cualquier tema que cualquier experto elegido arbitrariamente, sino que Internet nos provee de mecanismos para extraer conocimiento válido de esa grande y ruidosa confusión."

## Nuevas dinámicas interculturales en la red

Entendiendo que Internet es una tecnología derivada de conceptos sociosemióticos o culturales y que se pretende metáfora del mundo en tanto que revolución de la conciencia, podemos tomar a la red como ejemplo paradigmático de la comunicación intercultural posmoderna. Pero, ¿cuál es la frontera en un espacio donde los significados fluyen? En un espacio de flujos como Internet, la frontera ya no es material, sino simbólica; ya no es la línea de las aduanas, sino el límite de la identidad.

Internet ha traído consigo maneras hasta hace poco nunca imaginadas de llevar a cabo deseos humanos reiterados y además su aparición ha producido alteraciones a gran escala en la estructura de la vida de los seres humanos. En este sentido, al subvertir las fronteras nacionales, Internet presagia un cambio importante en las formas culturales y sociales; ha hecho surgir, por ejemplo, un grado sin precedentes de internacionalismo, suscitando reflexiones sobre su capacidad para poner en entredicho el poder de los Estados como la fuerza dominante en la vida social y permitiendo la reorganización de las comunidades humanas en conformidad con los deseos individuales.

La *Noosfera* (materializada hoy por hoy en Internet) nos ofrece por tanto una nueva forma de ampliar nuestra *semiosfera*. Las tecnologías de la comunicación también aumentan artificialmente nuestras facultades intelectuales. Las redes de comunicación y las tecnologías de la instantaneidad nos posibilitan un *re-emplazamiento* inmediato, amplían nuestra capacidad de reconstituarnos con la influencia de las redes culturales. Dice Vázquez Medel (2003:27) que somos “expósitos, (...) y por ello estamos expuestos a la red compleja y dinámica en la que somos”. Por este motivo si como dice Manuel Castells vivimos en una sociedad red, aquellos que formamos parte activa de la red, los que formamos parte activa de esa sociedad experimentamos a través de Internet esa *ética* y esa *estética* del *repliegue* y del *despliegue* que contempla la *Teoría del Emplazamiento*, ya que a través de la red los internautas podemos *re-plegarnos*<sup>2</sup> y *desplegarnos*.

El despliegue no es físico, es un despliegue intelectual, no nos desplegamos en nuestra *res- extensa* (nuestro cuerpo) sino a través de nuestra *res-cogitans* (nuestra mente). En definitiva es una expansión del sujeto. Como dice Ribeiro (2003:196-197)

“Se trata de la posibilidad de acceder a una infinidad de informaciones, de manipularla, de «estar» en muchos «lugares» sin salir de aquí. (...) Una virtual omnipresencia, una virtual omnipotencia de consumo de informaciones que frecuentemente lleva a la estimulación del síndrome de *overload*, un problema que existe desde hace mucho y llega al paroxismo en la era del capitalismo electrónico-informático.(...) Posibilidad de multiplicar irrestrictamente los contactos sociales, sin consideración (...) de marcadores de identidad (género, edad, clase, etnia) que constriñe la interacción real”.

Por este motivo muchos teóricos plantean que Internet es, en muchos casos, el hardware sobre el cual los humanos estamos desarrollando una inteligencia colectiva, si por inteligencia entendemos la capacidad de relacionar unos datos con otros para llegar a conclusiones, de discriminar entre conceptos u objetos aparentemente iguales, de elaborar teorías o modelos. La inteligencia colectiva se basa en un principio muy simple y es el de que todo el mundo sabe algo; por eso más de dos millones de personas saben mucho más de prácticamente cualquier cosa que una sola, y coordinados pueden llegar a pensar mejor.

Pero para otros autores el mundo virtual es un objeto manipulable por el sujeto y permite una ampliación de la capacidad de intervención en lo real, por tanto es también una expansión del cuerpo y de actividades sensoriales.

“El sujeto virtual se expresa a través de un cuerpo virtual en el ciberespacio. Es una amplificación tecnológica de la mente y del uso de la imaginación con múltiples implicaciones subjetivas, diversas como lo demuestra el cibersexo, con la posibilidad de transformaciones orgánicamente experimentales” (Ribeiro, 2003:197).

En esta ética y estética del repliegue y del despliegue que contempla la *Teoría del Emplazamiento* hay que tener en cuenta que aunque como dice Vázquez Medel nos experimentamos en y gracias a los otros<sup>3</sup>, en el caso de Internet, al igual que en cualquier proceso de socialización, identidad y alteridad no tienen que ser procesos contrapuestos. La exacerbación de la identidad (replegarse, afirmación de lo propio hasta la negación de lo ajeno) tanto como el déficit de identidad, es decir la ex-

cesiva alteridad (apertura a los otros) son dos caminos equivocados pero plenamente representados en la red de Internet. En la red podemos encontrar manifestaciones de comunidades virtuales que promulgan la colectividad hasta el punto de la negación del yo y su sustitución por un ente superior con autonomía propia, o fenómenos de globalización comercial, política, cultural, económica, etc. que suponen no ya la suma de las partes sino su transformación por algo diferentes que elimina las partes; hasta la representación de grupos extremistas de nacionalismos excluyentes que utilizan la red como forma de manifestarse y de comunicarse con otros grupúsculos excluyentes en una rara maniobra de “globalización de los excluyentes” donde no se acepta más que a otros excluyentes. Estas ideas de exacerbaciones de alteridad y de identidad nos llevan desde pensamientos como la mente colectiva, ese ente diferente a la suma de sus partes que podría ser la *Noosfera*, que puede llevar a la alineación que surge como consecuencia de la explotación, la dominación o la opresión [Marx-Engels] y también nos lleva a la aparición de esos grupos excluyentes que reivindican su identidad con el rechazo y la negación de los otros, que pueden desembocar en la enajenación mental como respuesta a aceptarnos a nosotros mismos [Freud]. Por eso es necesario como dice Vázquez Medel (2003:26) “construir ese *quid pro quo*, ese ideal de *ipseidad* (Ricoeur), en el que es posible vivir la dinámica de identidad (no esencialista, sino procesual, sin cristalizar, más bien *identificaciones* funcionales) y diferencia (que no se transforma en discriminación, en oposición, en exclusión)”. Esta es la línea de autores como Derrick de Kerckhove (1997) cuando hacen una distinción y hablan de *inteligencias en conexión*. Mentes conectadas intermitentemente, es decir mentes que se conectan entre ellas de manera interesada, en busca de un fin común. Mentes que se conectan con otras mentes, no con todas, para obtener un fin y que luego vuelven a su individualidad, es decir que se *despliegan* y se *repliegan* según sus intereses. Mentes que utilizan las redes como prolongaciones de ellos mismos, como herramientas de colaboración con otras mentes de forma puntual buscando esa *ipseidad* de la que habla Vázquez Medel y evitando así caer en los peligros de la red.

“Nuevas cuestiones de extraterritorialidad se imponen. Como el ciberespacio es inmediatamente transnacional, una de las entidades jurídico-

político-territoriales que se ven inmediatamente problematizada es el Estado-nación. El espacio-público-virtual es el «territorio» de la comunidad transnacional imaginada-virtual” (Ribeiro,2003:210).

El problema de Internet probablemente fue la Web: en palabras de Neil Barret (GRAHAM,2001:32), “la *Web* ha sido descrita como la “aplicación que mató” a Internet: la aplicación que sacó a Internet de las manos de un puñado de entusiastas y la puso en las de serios usuarios gubernamentales y comerciales”. Y he aquí la paradoja. La Web, diseñada por el recientemente Premio Príncipe de Asturias de Investigación y Humanidades Tim Berners-Lee, fue la que permitió a Internet llegar a ser realmente mundial. Para ello, combinó dos tecnologías ya existentes (el hipertexto y el protocolo de comunicaciones de Internet), creando un nuevo modelo de acceso a la información intuitivo e igualitario. Las famosas tres W, y el interés mercantil de las compañías comerciales fueron los que hicieron posible que aprender a utilizar la red sea algo al alcance de cualquiera y que millones de personas e instituciones se comuniquen entre sí y que compartan información digitalmente almacenada.

Por este motivo nos vemos en la necesidad de apelar al sentido originario de Internet. Una red de personas, que desde el otro lado de sus terminales ofrecen al resto de la comunidad su saber, su forma de ver y entender el mundo, su memoria... de forma individual pero siempre como miembros de un colectivo, de una comunidad intercultural. Joan Majó, Presidente del Grupo de Trabajo Information Society Forum de la Unión Europea y Vicepresidente del European Institute for The Media, comenzaba en 1999 una conferencia en el I Congreso Internacional sobre comunicar en la Era Digital, afirmando que:

“La red, lo que hoy conocemos por la red, en un sentido no solamente físico, sino sobre todo en un sentido virtual, es un nuevo territorio. Y este nuevo territorio es un elemento que permite, sobre todo él, elaborar y establecer nuevas relaciones. Y, en consecuencia, la red es un nuevo espacio para la socialización.” (1999:231).

Entendamos que es una nueva oportunidad. Una nueva vía de acercamiento. Por supuesto que no es un camino fácil, no estamos solos en la red. Para la mayoría de los mortales la navegación cibernética es una

especie de video-juego. Las compañías comerciales convencidas del valor de la Web y de su capacidad mercantil han convertido la presencia en la red en un objetivo más para sus empresas. El uso productivo de la red se enfrenta por tanto a un mayor y más atractivo uso lúdico de la misma. Por eso debemos pensar en un proceso educativo que enseñe a leer y escribir: que enseñe a pensar. Pero también que enseñe a usar los nuevos medios de información y comunicación, despertando el interés por el desarrollo de nosotros mismos como individuos, como comunidad, como cultura en vistas de una comunicación intercultural que aproveche el *interface* del ordenador para una comunicación virtualmente cara a cara con otras culturas.

Tras el fracaso del individuo moderno el nuevo sujeto posmoderno se construye en un marco de territorios desterritorializados y de sujetos vacíos y fragmentados. Gordon Graham plantea que Internet puede llegar a subvertir las fronteras nacionales y presagia un cambio importante en las forma culturales y sociales, poniendo en entredicho el poder del Estado como la fuerza dominante en la vida social y permitiendo la reorganización de las comunidades humanas en conformidad con los deseos individuales. Para Graham, y esto es lo que queremos destacar, dicha reorganización, si logra sus objetivos, sería verdaderamente transformadora, porque haría que las actividades de los individuos y de los grupos fueran ajenas y subversivas frente a los Estados nacionales, que son las instituciones en torno a las cuales se ha estructurado durante siglos la vida humana.

## **Bibliografía**

- ALSINA, M.R. (1988): "Los estudios de comunicación intercultural (1)" en: <http://www.ehu.es/zer/zer1/4notinvrodr.htm> [acceso 10/09/02].
- ALSINA, M.R. (1999): *La comunicación intercultural*, Barcelona, Anthropos.
- AUGÉ, M., (1998): *Los "no lugares": espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona, Gedisa.
- BAUDRILLARD, J. (1988): *El otro por sí mismo*, Barcelona, Anagrama.
- BAUDRILLARD, J. (1998): *Cultura y simulacro*, Barcelona, Ediciones Kairos, S.A.
- BAUDRILLARD, J. (2002): *Contraseñas*, Barcelona, Anagrama.

- BELL, D. (1989): *El advenimiento de la sociedad post-industrial*, Madrid, Alianza Editorial, 1976.
- BRIGGS, A. y BURKE, P. (2002): *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*, Madrid, Taurus.
- CASTELLS, M. (2001): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1 La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial, S.A.,1997.
- CASTELLS, M. (2001) *La galaxia Internet*. Barcelona, Plaza & Janés Editores, S.A.
- CONTRERAS, F.R., GALIANA, R. y SIERRA, F. (2003): *Comunicación, cultura y migración*, Sevilla, Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias, Consejería de la Gobernación, Junta de Andalucía.
- DE KERCKHOVE, D. (1997): *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web*, Barcelona, Gedisa.
- EISENSTEIN, E. (1994): *La revolución de la imprenta en la edad moderna europea*, Madrid, Akal, 1983.
- GIDDENS, A. (1998): *Modernidad e Identidad del Yo: el Yo y la sociedad en la época contemporánea*, Barcelona, Ediciones Península, S.A., 1995.
- GIDDENS, A. (1999): *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza Editorial.
- GIDDENS, A. (2000): *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid, Taurus.
- GONZÁLEZ, J.A. (2003): *Cultura(s) y ciber-cultur@s. Incursiones no lineales entre complejidad y comunicación*, México D.F., Universidad Iberoamericana, A.C.
- GOODY, J. (comp.) (1996): *Cultura escrita en sociedades tradicionales*, Barcelona, Gedisa.
- GRAHAM, G. (1999): *Internet. Una indagación filosófica*, Madrid, Cátedra.
- HAVELOCK, E.A. (1996): *La musa aprende a escribir: reflexiones sobre la oralidad y escritura desde la Antigüedad hasta el presente*, Barcelona Paidós.
- INNIS, H.A. (1951): *Le tendenze de la comunicazione*, Milán, SugarCo, 1982.
- LÉVY, P. (1999): *¿Qué es lo virtual?* Barcelona, Paidós.
- LULL, J. (1990): *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television Audience*, London, Routledge
- MATTELART, A. (1998): *La mundialización de la comunicación*, Barcelona Paidós.

- MATTELART, A. (2002): *Historia de la sociedad de la información*, Barcelona Paidós.
- McLUHAN, M. (1985): *La galaxia Gutenberg: génesis del 'Homo Tipográfico'*, Barcelona, Planeta de Agostini.
- MICHAELSEN, S. y JOHNSON, D. E. (2003): *Teoría de a frontera. Los límites de la política cultural*, Barcelona, Ediciones Gedisa.
- MUMFORD, L.(1998): *Técnica y civilización*. Madrid, Alianza, 1971
- MUÑOZ, B. (1989): *Cultura y comunicación*, Barcelona, Barcanova.
- RIBEIRO, G.L. (2003): *Postimperialismo. Cultura y política en el mundo contemporáneo*, Barcelona, Ediciones Gedisa.
- SAN NICOLÁS, C. (2002): *Transculturalidad y conflicto: una reflexión sobre etnocentrismo y medios de comunicación dentro de la dinámica semio/socio/comunicativa*, en *Razón y Palabra*, N° 27 Junio-Julio, en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n27/csan.html> [acceso 18/10/02]
- SARTORI, G.(1998): *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.
- SODRÉ, M. (1998): *Reinventando la cultura*, Barcelona, Gedisa.
- TOFFLER, A. (1989): *La tercera ola*, Barcelona, Plaza & Janés.
- VATTIMO, G. (1996): *La sociedad transparente*, Barcelona, Paidós.
- VÁZQUEZ, M.A. (2003): *Teoría del emplazamiento: aplicaciones e implicaciones*, Sevilla, Alfar.
- VIRILIO, P. (1997): *Cibermundo ¿una política suicida?*, Santiago de Chile, Dolmen Ediciones S.A.
- VIRILIO, P. (1998): *Estética de la desaparición*, Barcelona, Editorial Anagrama, 1988.
- WARNIER, J.P. (2002): *La mundialización de la cultura*, Barcelona, Gedisa.

## Notas

- 1 Internet no es un medio, es más un canal. Los medios que utilizan Internet como canal son la Web, el correo electrónico, el telnet e incluso la televisión y la radio.
- 2 En el caso del repliegue es interesante ver cómo muchos internautas se repliegan en ellos mismos como usuarios de la red, hasta el punto de renunciar a la comunicación interpersonal, a su socialización directa y reducir su actividad social al contacto a través de la red. De



modo que se producen los dos fenómenos simultáneamente, hay un repliegue físico, del internauta en sí mismo como cuerpo, pero hay un despliegue psíquico, del internauta a través de la red. La comunicación interpersonal cede su puesto a la comunicación virtual. Hay un repliegue en el espacio real y un despliegue en el espacio virtual.

- 3 La otredad, la alteridad, es la dinámica en la que me puedo descubrir yo-mismo por co-oposición dinámica (y en complementariedad) con los otros.