

LOS *DIVERSOS* DIGITALES Y MEDIÁTICOS QUE NOS HABITAN COTIDIANAMENTE

Rosalía Winocur *

En un texto de 1977 denominado “El espectáculo del otro”, Stuart Hall se preguntaba refiriéndose a la presencia de diversos grupos étnicos en los medios de comunicación: “¿Por qué la otredad resulta un objeto de representación tan atrayente? [...], ¿cuáles son las formaciones discursivas, los repertorios, o regímenes de representación, de los cuales echan mano los medios para representar la diferencia? (2010:86). Y estas preguntas han adquirido una actualidad y relevancia particular en la última década, donde el *otro* se ha vuelto un actor social emergente, múltiplemente denotado en los discursos políticos y académicos (Grimson, 2010), los géneros mediáticos y los relatos de ficción.

Diversidad, cultura y diferencias son conceptos que circulan profusamente por los medios y en Internet, y que en el sentido común se han convertido en claves interpretativas para entender el mundo de los *otros* que cabalgan simbólicamente sobre los viejos prejuicios, en ocasiones reelaborándolos hacia una mayor apertura, y en otras, hacia una mayor intolerancia. Asimismo, este proceso de reelaboración involucra varios ámbitos de expresión y actuación, y puede comportar en el

* Departamento de Educación y Comunicación Universidad Autónoma Metropolitana de México winocur@correo.xoc.uam.mx

mismo sujeto, y/o, en el mismo grupo o localidad, discursos y actitudes contradictorias, según los otros se alejan o se acercan, se materializan en la vida cotidiana, se recrean en los medios o se virtualizan en las redes sociales.

En este artículo pretendemos dar cuenta, a partir de un conjunto de postales seleccionadas de la relación cotidiana de los sujetos con los medios electrónicos y digitales, cómo son elaborados y procesados algunos de estos discursos en el imaginario social acerca de la diferencia.

LOS UNOS Y LOS OTROS: REALES, RECREADOS E IMAGINADOS

En las sociedades contemporáneas latinoamericanas, como varios autores lo han demostrado (Martín Barbero, 1993); Vasallo de López, 2008, Verón y Escudero 1997; Sánchez Vilela, 2000; Orozco, 2010), las relaciones con los *otros* se elaboran en gran parte a partir de las narrativas mediáticas, particularmente de los noticieros y de las telenovelas: “Lo que experimentamos culturalmente como propio, en términos nacionales o latinoamericanos, responde cada día más a la dinámica y la lógica de la comunicación mediática que nos hace sentir como tal” (Vasallo de López, 2008: 37). Y en términos de alteridad, también podríamos agregar, que lo que experimentamos como “ajeno”, también corresponde cada día más a la lógica y contenidos mediáticos. No obstante, el consumo cotidiano de dichas narrativas no siempre se traduce en un mayor (re) conocimiento del *otro* o apertura hacia la diversidad.

Desde que los medios electrónicos y digitales se volvieron omnipresentes en la vida cotidiana, contamos con un alud de información para conocer el aspecto y la vida de los *otros*, pero esta información, que proviene de diversas fuentes y géneros, se exhibe frente a nuestros ojos como una multiplicidad de fragmentos que sólo adquieren sentido cuando pueden ser organizados e interpretados dentro de un universo de referencias propias y compartidas con los nuestros y la gente “como uno”:

Los distintos medios nos permiten hacer cosas distintas, ofrecen potencialidades sociales y políticas diferentes. Sin embargo, en conjunto, en el ámbito local de las tecnologías, los sistemas de distribución, las plataformas, los discursos, los textos y las modalidades de alocución posibles, así como en los perfiles de uso, todos ellos definen un espacio cada vez más autorreferencial en el que todos los elementos se refuerzan mutuamente, un espacio cada vez más entretejido con la trama misma de la vida cotidiana” (Silverstone, 2010:19).

De tal forma que las experiencias personales con la *otredad* (mediáticas y reales), situadas en las coordenadas biográficas de un sujeto, pueden reforzar la apertura, la indiferencia, el rechazo o la negación hacia *el*

otro. Y esto se expresa de manera mucho más dramática en las sociedades con poblaciones de migrantes, de refugiados o desplazados por la guerra. No obstante, aunque el inmigrante se haya vuelto la figura emblemática de la *otredad*, todas las sociedades tienen sus *diversos* históricos y emergentes –indígenas, negros, *gays*, pandilleros, drogadictos, lesbianas, travestis, enfermos mentales, discapacitados, mendigos, anoréxicos, bulímicos, narcotraficantes, ancianos, etc.–, que han adquirido una visibilidad inusitada en distintos géneros televisivos y radiofónicos, particularmente en las telenovelas, los documentales, los noticiarios y las publicidades.

Paradojalmente, los medios de comunicación y las TIC nos ofrecen las mejores oportunidades para conocer a los *otros*, porque sin ellos, la mayoría no tendrían ninguna posibilidad de volverse visibles frente a nuestros ojos, pero al mismo tiempo nos filtran y editan su conocimiento de forma tal que difícilmente nos permiten acceder a la versión que los *otros* tienen de sí mismos. Nos brindan fórmulas ideológicas y recursos simbólicos para poder interpretarlos y procesar el extrañamiento, pero en esa operación de reducción de complejidad, oscurecen y manipulan el sentido que la vida tiene para los *diversos*, presentándolos en versiones ingenuas, heroicas, idealizadas, humorísticas, lastimosas o diabólicas, según sea el caso. Y cuando excepcionalmente, son interrogados acerca de sus deseos, expectativas, costumbres o sentimientos, muchas de las preguntas involucran de manera etnocéntrica o sociocéntrica, el marco de interpretación de sus respuestas, al punto de casi hacerlos desaparecer en su condición de *otros*, volviéndolos aceptables en nuestros propios marcos culturales de comprensión de las diferencias:

La tecnología puede aniquilar la distancia del modo contrario. Puede acercar demasiado al otro, a tal punto que nos impida reconocer la diferencia. El entrelazamiento de imágenes globales; la apropiación de las culturas para nuestros propios planes, [...] la expectativa de que si tuviera la más mínima oportunidad, el mundo sería exactamente igual a nosotros [...] Y aún las imágenes documentales de otros mundos tienen que ajustarse a nuestros preconceptos. [...] La familiaridad tecnológicamente inducida tal vez no alimente el desprecio, pero es posible que nutra la indiferencia. Si las cosas están demasiado cercas no las vemos. En ese aspecto la tecnología también puede aislar y aniquilar al Otro. (Silverstone, 2004: 219-220)

El *otro* más amable que nos habita cotidianamente es el *salvaje* en estado puro que nos presenta *Discovery Channel* en sus programas sobre grupos indígenas y culturas africanas, orientales o asiáticas, exóticas, lejanas, inaccesibles, incontaminadas. Éste es el único “diverso” con el

que compartimos a gusto la mesa y la sala de mirar televisión. El *otro* distante, “el invasor absoluto, que engendra más temor que el vecino que agrede” (Duby, 1995:60), se ha desmarcado de sus nichos habituales en las narrativas mediáticas para transitar de la categoría del *buen salvaje* que nos proyectaba *Discovery Channel*, al peligroso inmigrante de la nota roja. Éste dejó de ser el *buen salvaje* desde que abandonó los confines de su mundo de danzas rituales y conjuros mágicos y se convirtió en un *mal salvaje*, incivilizado en nuestras sociedades occidentales. Aunque en Estados Unidos y Europa son una realidad concreta, lo que los vuelve amenazadores no es su presencia en las calles, sino su inquietante visita en nuestra salita de ver la televisión. Los medios de comunicación no hacen más que confirmar lo que imaginamos y damos por cierto, acerca de las motivaciones y comportamientos de estos inmigrantes, o a la inversa, en un juego de espejismos, ratificamos lo que dicen los medios porque, cual profecía autocumplida, siempre sabemos de alguien, hermano de la novia de mi amigo, que vio o escuchó, que un extranjero, *mal salvaje*, le robó el móvil, el *I-Pod* o la billetera, al primo de la cuñada del vecino de enfrente (Winocur, 2009b:34).

La decisión de dejar de contemplar a los *otros* desde la salita de ver TV, o desde el monitor de la computadora, y comprar un paquete turístico en cómodas cuotas mensuales para visitarlos en sus propios territorios, no cambia mucho la percepción. Los turistas básicamente son nativos que aprendieron a desear a los extranjeros exóticos del tercer mundo y a los estilizados del primer mundo en el despliegue publicitario de las agencias de turismo y de las compañías de aviación. Cuando salen fuera de sus fronteras van buscando que el guía turístico les confirme esas imágenes de extranjeros “hechos a medida” que vieron en la tele, en los folletos publicitarios y en Internet. Se desplazan en grupos para afirmar su pertenencia de origen, afuera son extranjeros pero siguen siendo nativos, difícilmente se aventuren más allá de los circuitos turísticos o de las rutas del *turibus*, y en cierta forma siguen estando en casa cuando se contactan permanentemente con los suyos a través de sus celulares y *netbooks*. Cuando regresan de viaje, la experiencia de haber sido extranjero por un breve lapso, no es algo que se capitalice simbólicamente en una mayor apertura hacia los *otros*, sino como un nuevo símbolo de distinción entre los propios. (Winocur, 2009b:33)

Algunos *otros* emergentes, como los “narcos”, los “ilegales”, “los espaldas mojadas”, se han vuelto un objeto de deseo en Internet para cierto tipo de turista, estadounidense o europeo de 35 años de edad promedio con alta capacidad económica en busca de emociones ‘fuertes’:

Con el narcotráfico, crece en México el turismo morbo [...] Por la adrenalina que trae la gente para visitar el barrio, los

llamamos “safaris”. Tepito tiene el principal nicho de devoción a la Santa Muerte y su fama de barrio bravo hace que les resulte atractivo a los turistas, [...] La visita al barrio también puede incluir entrevistarse con familiares de jóvenes baleados, visitar depósitos de piratería, zonas con rastros de sangre y lugares de ventas de drogas [...] Si se busca la experiencia de ser un indocumentado, el Parque EcoAlberto, en Hidalgo, se puede hacer un simulacro de cómo un clandestino cruza la frontera con Estados Unidos. Los recorridos cuestan 24 dólares duran 4 horas y salen los sábados por la noche. Incluyen la simulación de un asalto, el cruce por el desierto o el río, y la persecución de las camionetas que imitan a las de las patrullas fronterizas. El grupo es guiado por “polleros” o coyotes que en su mayoría son ex ilegales que hicieron los recorridos reales en la frontera (Pereira Cabrera: 2011)

La pregunta obligada es si este tipo de tour tiene alguna relevancia para la comprensión e inclusión de los otros, y la respuesta no deja lugar a dudas acerca de sus consecuencias: De todas las situaciones de borramiento del otro, la de reducir sus complejas y dramáticas circunstancias al montaje de un simulacro, donde el *otro* a través de nuestra representación se convierte en la pieza fundamental de un juego que brinda emociones fuertes para probar nuestras habilidades recientemente adquiridas en un videojuego de estrategia bélica, pareciera ser una de las más radicales y descarnadas.

Últimamente ha aparecido otro espacio interesante para denotar lo *diverso* en los medios electrónicos, impresos y digitales. En países con fuertes procesos de inmigración, como España e Italia, el marketing publicitario ha descubierto que los inmigrantes son un nicho de mercado muy redituable, pero para poder ser incorporados, necesitan tener un estatus legal y han emprendido una campaña de *ciudadanización* produciendo una publicidad específicamente dirigida para ellos. La más llamativa es la de telefonía móvil con tarifas bajas para llamar a sus países de origen. A diferencia del extranjero *mal salvaje de la nota roja*, y *el buen salvaje del Discovery Channel*, el extranjero de los anuncios aparece en una versión plural y ciudadana. Se los muestra caminando por las calles, bien vestidos, y aseados, sonriendo y hablando con sus parientes en sus lenguas originarias. El escenario para mostrarlos no son sus enclaves étnicos, donde viven hacinados y marginados, sino la calle que le pertenece a todos, el espacio público y multicultural por excelencia. La publicidad ha conseguido proyectar a unos extranjeros que en su versión de consumidores se han vuelto ciudadanos aceptables, igual que los *gays*.

Asimismo, la globalización de las culturas locales a través de los documentales y otros géneros mediáticos, puede producir espacios de pertenencia imaginarios y fenómenos interesantes de reinvencción de la identidad en los inmigrantes. Una residente boliviana en Vancouver me relató cómo había redescubierto y valorizado sus raíces indígenas *aymara* con la ayuda de los medios de comunicación cuando había migrado a Canadá. Me contó que en Bolivia se negaba a hablar la lengua de sus padres y a utilizar ciertas prendas para vestir e ingredientes para cocinar, para poder ser aceptada en la cultura mestiza. Cuando llegó a Canadá, y comenzó a frecuentar el círculo de sus paisanos, descubrió en las películas y documentales que pasaban en el cine y la televisión, generalmente producidas por europeos y canadienses, un universo cultural *aymara* estilizado, sin contradicciones ni conflictos, lleno de referencias folk, al que le gusta pertenecer, mucho más que al mestizo de La Paz, o al anglosajón de Vancouver (Winocur, 2009b:33): “Una cuando vive en Bolivia no se da cuenta de la realidad, porque allá los medios nos dicen las cosas como son, hay que salir fuera para darse cuenta del valor de nuestras culturas indígenas” (Yola, 45 años, residente en Vancouver desde hace más de 15 años).

LAS NUEVAS TELENOVELAS: LOS OTROS RECREADOS A LA MEDIDA DE LA SENSIBILIDAD PROMEDIO

A partir de los minuciosos monitoreos y análisis realizados por el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL) (Orozco y Vasallo de López, 2010), se concluye que las telenovelas ahora ya no solo “muestran cómo sentir, sino también y justamente a través de afectos y emociones, “cómo pensar” sobre puntos polémicos” (Orozco et al, 2010:304). El caso emblemático sin lugar a dudas es el de las telenovelas brasileñas que desde hace más de una década abordan temas como movilidad y calidad de vida de los lisiados, tratamiento de enfermedades y anorexia; prejuicio racial y de clase social, amor en la tercera edad, inclusión social de invidentes, etcétera.

Orozco se pregunta con razón, si estos cambios realmente responden a una apertura sexual o más bien mercantil y daría la impresión de que no se trata de una cosa o de la otra, sino de cómo las televisoras olfatean los dilemas morales y culturales emergentes en la sociedad y los ponen en escena, y también porque ocuparse de presentar *lo diverso* resulta rentable desde que se volvieron asuntos políticamente correctos en la agenda pública.

Las exitosas telenovelas de la *Red Globo*, *Camino de Indias*, (que se exhibió en Brasil hasta septiembre de 2009, y ya fue exportada a 70 países), y la más reciente, *Vivir la Vida*, que abordan la primera, el padecimiento de los esquizofrénicos, y la segunda, el de los enfermos

cuadrupléticos, son dos ejemplos muy interesantes del nuevo formato con moraleja incluida que se ha vuelto muy popular entre las audiencias seguidoras del género. *Vivir la Vida*, presenta al final de cada capítulo testimonios reales de personas afectadas por dicha dolencia, que antes participaron del blog abierto que tiene la telenovela para sus seguidores (Vasallo de López, *et al*, 2010:159). No estoy muy segura, como afirman los autores de este capítulo del anuario de OBITEL, que la inclusión de estos *otros* en los guiones de las telenovelas, contribuya de manera automática y generalizada a provocar transformaciones en la sociedad:

(...) más allá del éxito comercial, se debe señalar la función social que la telenovela brasileña posee por poner en discusión temas de interés social, posibilitando debates, en razón de la gran credibilidad que alcanzó en nuestra sociedad, pautando asuntos colocados en los medios y contribuyendo a transformaciones en la sociedad, constituyéndose en un verdadero *recurso comunicativo* (Vasallo de López, *et al*, 2010:160)

Aunque si estoy de acuerdo con Sánchez Vilela¹, en que dada la popularidad del género, la incorporación de éstas temáticas evidencian un grado de aceptación general en las sociedades latinoamericanas, donde seguramente la “aceptación” tiene diversos significados entre distintos grupos socio culturales, y a su vez, está condicionada por lógicas de género y generacionales. Igualmente, me parece pertinente señalar, que del mismo que no todos los *otros* son iguales frente a nuestros ojos, tampoco puede ser idéntico el tipo de rechazo o aceptación que provocan en nuestras consciencias, en nuestros corazones, y en nuestra piel. Hay rechazos y negaciones que expresan la culpa individual y social que nos provoca la desgracia, la pobreza, la marginación y la discapacidad de los *otros*. Hay rechazos y negaciones que manifiestan de forma explícita o latente, el temor al contagio, la dificultad de aceptar la ambivalencia en nuestras sexualidades, o la ansiedad de ser desplazado de cierto lugar social, cultural o laboral. En las telenovelas citadas me inclino a pensar, que la gran popularidad del nuevo formato con moraleja incluida, deriva de que nos ayudan a procesar en el imaginario social la culpa de no tener un hijo con discapacidad o enfermedad incurable, y a neutralizar el temor de que nos ocurra una desgracia parecida.

La inclusión del tema de la diversidad sexual en las telenovelas, como bien refiere Orozco:

¹ Le agradezco a Rosario Sánchez Vilela, experta en recepción de telenovelas, los comentarios a este texto que me ayudaron a repensar varios aspectos del mismo.

Rompiendo con la representación histórica de los homosexuales en las telenovelas mexicanas, éstos “saltaron” de los papeles secundarios para situarse dentro de los primeros planos de la ficción nacional. Su presencia tanto actoral como temática durante el 2009 ha resultado tan novedosa como penosa; ya que por un lado impulsa sus valores e incluso “promueve su unión” y, por otro, censura los besos y otras caricias, esto es, la carnalidad entre protagonistas del mismo sexo. El resultado final es una propuesta que acepta explícitamente a los homosexuales, siempre y cuando éstos “solo se miren pero no se toquen” (Orozco et al, 2010: 333).

Lamentablemente OBITEL no incluye estudios de recepción, lo cual nos daría una perspectiva global del fenómeno al comprender de qué forma diferentes públicos se apropian de manera selectiva de las nuevas temáticas, formatos y estéticas de las telenovelas. Ya que quienes nos dedicamos a estudiar el fenómeno de apropiación de los mensajes mediáticos en la vida cotidiana, sabemos que la identificación con diversos géneros no ocurre de manera directa ni unívoca, y que el proceso de apropiación implica una negociación de sentidos, que circulan de manera compleja, entrecruzando los relatos de ficción y las noticias con las circunstancias biográficas.

EL PAPEL DE LA RADIO EN LA REPRESENTACIÓN DE LA DIVERSIDAD: MENÚ DE DIVERSOS A LA CARTA

En varios países latinoamericanos, la narrativa radial evolucionó desde un imaginario de inclusión de la diferencia hasta un imaginario de diversificación de la experiencia, donde los que son diferentes ya no reivindican ser incluidos, sino reconocidos y respetados. El imaginario que en sus comienzos permitió a los migrantes (futuros habitantes pobres de los barrios periféricos, obreros, empleados y vendedores ambulantes) y a las familias tradicionales; pensarse y concebir a los otros a partir del hecho *de vivir y progresar en la ciudad*, ahora se ha fragmentado. Vivir en la ciudad ya no constituye una aspiración de superación personal o un horizonte de progreso, sino un escenario de conflictos interculturales que se expresan en la disputa por el espacio, los servicios y el acceso a los canales mediáticos. Los mensajes radiales, que al principio facilitaron un proceso de reconstitución de los símbolos identitarios y de las formas de pertenencia en el imaginario nacionalista, ahora se han vuelto espejos de la creciente fragmentación y espacios de cuestionamiento social. (Winocur, 2002:197)

Por otra parte, en la radio, la diversidad se presenta y procesa básicamente como ampliación de la oferta programática, sin embargo,

admitir que la realidad es diversa no implica necesariamente tolerancia y reconocimiento de las diferencias culturales, étnicas, sociales o sexuales. Existen tantas propuestas como públicos posibles, pero coexistencia no significa aceptación del *otro*, aunque todos tengan la ilusión de ser escuchados por todos.

En síntesis, podemos concluir que las narrativas radiales comparten, recrean y proyectan un imaginario sobre la ciudad, las relaciones sociales y la visión de los otros, que en cierto sentido abren y en otro cierran la perspectiva de la experiencia urbana. Abren, cuando introducen una explosión de experiencias situadas en una multiplicidad de tiempos y realidades; cierran cuando reducen o distorsionan sus sentidos con fórmulas ideologizadas o esquemas rígidos de interpretación de la realidad. Abren cuando vuelven visibles los conflictos, los intereses y las demandas de diversos grupos e individuos en la ciudad, cierran cuando estas demandas son encasilladas como “especiales” y no como legítimas en la vida pública. Abren cuando crean espacios de contención y “ventilación” para el sufrimiento psíquico y los padecimientos emocionales, cierran cuando estas necesidades cristalizan en una serie de “menús” y recetas estereotipadas para caracterizar situaciones y personajes. Al igual que con otros aspectos de la ciudad, el crecimiento desmedido y explosivo de la radio y su constante diversificación pueden conducir a una mayor democratización de la esfera pública, pero también a la restricción de su alcance y posibilidades en términos de participación y capacidad de orientar las prioridades de la agenda (Winocur, 2002:199-200).

¿ESTAR TODO EL TIEMPO CONECTADOS NOS VUELVE MÁS DIVERSOS?

La situación existencial de estar conectados *online*, al igual que cualquier otro vínculo social, está socialmente estructurada por diversas identidades y alteridades, que se mueven por igual en tiempos simultáneos y diferidos. No obstante, la conexión no deja de ser intrínsecamente monógama. Por muy lejos que lleguemos virtualmente en la geografía del planeta, tenderemos a conectarnos con los iguales y con los opuestos que son significativos en nuestros universos simbólicos de pertenencia, aunque no los conozcamos personalmente. Los demás seguirán en la invisibilidad.

La globalización de contenidos y símbolos culturales que circula por Internet no necesariamente abre los sentidos para poder incorporar culturas diferentes sino que muchas veces los encasilla en símbolos dominantes y artificiales de pertenencia. Veamos un ejemplo casi pintoresco de lo que quiero señalar aquí. Una pareja de novios de Monterrey se hizo famosa en Internet cuándo publicó en *Facebook* que realizaría

su boda en un *McDonald*. Cuando un periodista les preguntó porque habían tomado tal decisión, ellos le respondieron: Porque fuimos a la India y después de tres semanas de “esa comida” y los hábitos en la mesa, pues no es muy agradable para nuestra cultura. Realmente este shock, nos hizo sentir en estos establecimientos como si estuviéramos en casa² (las comillas son mías).

Este ejemplo nos muestra, por una parte, que la globalización ha naturalizado ciertos códigos estéticos y culturales, que hacen posible, sobre todo entre los jóvenes, que se encuentren entre los suyos en cualquier ciudad del mundo. Cierta forma de estar, de vestir, de conectar, de moverse en los antros, de manipular el móvil y el *I-Pod*, los vuelve reconocibles y familiares. Se juntan y deambulan, a pie, en metro o en bicicleta en las plazas, recitales, trenes, los mercados de artesanías, en los cibercafé, las centros comerciales, los *fast food*, y si tienen necesidad de comunicarse lo hacen en el inglés que aprendieron en Internet jugando juegos de estrategia *on line*, usando el traductor de *Google*, chateando con rusos, coreanos y chicanos, o participando de una comunidad de *comics* japoneses; pero, por otra, evidencia que en muchos casos, esa circulación global no produce mayor conocimiento ni interés por las culturas locales de los países que visitan, y los contactos que establecen son superficiales, estereotipados y no trascienden el circuito turístico. (Winocur: 2009b)

Algo similar ocurre en las redes sociales, en cierta forma participamos de todas las conversaciones y eventos porque están disponibles, pero la mayoría de ellas no nos interesan, y de nuestras abultadas listas de trescientos o cuatrocientos contactos, sólo interactuamos regularmente con aquellos veinte o veinticinco que forman parte de nuestra rutinaria vida doméstica, social y laboral, o son significativos en nuestros afectos, preferencias culturales o inclinaciones políticas³:

“Actualmente tengo a 1138 amigos pero no a todos los conozco. Al principio agregaba y aceptaba las invitaciones de gente que no conocía, amigos de amigos, mujeres que veía interesantes a través de su perfil. Entre amigos parecía una carrera por ver quién conseguía tener más contactos. Al final de cuentas acep-

2 Ver http://www.publimetro.com.mx/noticias/carlos_y_marisela_sellan_su_amor_con_una_hamburguesa/mjky%21o2k9jQniy9hw/

3 En un estudio realizado en México en mayo pasado por las empresas Elogia y Comscore, se señala que los usuarios de redes sociales principalmente acceden a ellas para comunicarse con las familia y las amistades, en segundo lugar para dar seguimiento y formarse opinión sobre contenidos culturales, deportivos y de entretenimiento, y en tercer lugar para estar al día y seguir la secuencia de noticias nacionales e internacionales. (*La Jornada*, 21/09/11, p 43).

té a un centenar de personas a las que no conozco, con la que no hablo y hoy día me pregunto ¿para qué? Ahora únicamente acepto a personas conocidas y hablo con muy pocos de esos contactos, principalmente con mis amigos más allegados y mis familiares.” (Miguel, 27 años)

El testimonio habla claramente que la necesidad de agregar amigos no obedece a ningún intento de ampliar las fronteras de su propio mundo, aun estando fuera de su país, y que cuando la competencia de acumular contactos pierde encanto, la interacción se reduce a las personas de “carne y hueso” más cercanas y significativas en los afectos cotidianos. En el mismo sentido, los jóvenes tienen una gran apertura hacia el universo global de las aplicaciones multimedia, las exploraciones virtuales y los juegos *on line*, pero esto no los vuelve necesariamente más cosmopolitas. Casi todas las relaciones que cultivan cotidianamente en Internet o con su celular, son con personas *conocidas* con las que tienen (o tuvieron en el pasado) un contacto diario u ocasional fuera de la red, o con *conocidos* de sus *conocidos*:

“Se forman grupos de gente con las mismas afinidades y es chistoso, pero después de un tiempo resulta que tus mismos amigos son amigos de otros que también lo son y piensas que quizá el espacio cuenta con poca gente y por eso coinciden tanto, pero no es así, es simplemente que los gustos y los tipos de personalidades provocan que todos terminen siendo parte del mismo grupo y sí, después todos coincidimos en las mismas tocadas.” (Gabi, 26 años, empleada en una tienda de arte)

Lo que quiero enfatizar aquí es que en su uso más habitual las redes son auto referentes, y que lo que muestran o hacen trascender sólo le importa a quienes manejan los códigos o comparten las situaciones sociales fuera de la red, y no le interesan a nadie más aunque puedan ser vistas por todos, al igual que cuando escuchamos las conversaciones domésticas en el cubo del edificio o de nuestro compañero de asiento en el autobús, pero sin prestar ninguna atención a su contenido.

“Actualmente tengo 445 ‘amigos FB’. Mayoritariamente fui agregado por ellos. Yo me limito a aceptar las solicitudes sin muchos requisitos. Mi comunicación sigue siendo bastante escasa. De vez en cuando subo algún video que me gusta, anuncio la entrevista que tendremos en el programa donde trabajo y rara vez comento alguna foto. (...) No suelo hurgar en los comentarios de los desconocidos, ni me sumerjo en debates de opinión sobre la situación política del país o la vida de la langosta.” (Natalio, 24 años, productor y periodista radial)

CENSOS POLÍTICAMENTE CORRECTOS Y REDES POLÍTICAMENTE INCORRECTAS

En una entrevista periodística reciente el filósofo Slavoj Žižek declaró que hay dos palabras fetiches: “Tolerancia y agresión”, ¿pero qué significan en realidad? Agresión significa aproximarse demasiado. Por eso Occidente ejerce la tolerancia a distancia, virtualmente. Somos solidarios con los africanos en África no con los de nuestro barrio (*El País*, 2011). El Censo Nacional, que se llevó a cabo en Uruguay a fines de 2011, incorporó una categoría acerca de la ascendencia étnica-racial para lo cual se le preguntaba a la gente, ¿cuál considera que es su ascendencia étnica principal: afro o negra, asiática o amarilla, blanca u otra? Difícilmente algún uruguayo rechace esa inclusión o la considere políticamente inadecuada, no obstante la dimensión cotidiana de la inclusión se ejerce en un territorio de conflictos interculturales por la legitimidad de las expresiones culturales y simbólicas, de las cuales las redes sociales no están exentas, como veremos en el ejemplo a continuación:

KC: Los negros con el bombo me tienen podrida... váyanse a bañar! A 4 personas les gusta esto

AI: OPAA PARA WACHITURRA

KI: Que se vayan a buscar una vida... escorias!

AI: Qué peyorativa

KI: Te quiero ver a vos escuchando esta bazofia...

AI: jajajajaj yo encantada !!!

EL: Jajaja, abajo el bombo

AI: abajo??? xq????' es lindo de escuchar ajajajaj es una manera de expresar !

KI: Si pero está de menos en la puerta de tu casa, y más si no saben ni tocar...

KI: tocan por inercia

EL: Si, que vayan a aprender música

EL: además, me hacen pedazos los tímpanos” (Intercambio promovido por Karina de 20 años, y estudiante de psicología en su cuenta de *Facebook*)

Al parecer, los *otros* se han vuelto aceptables en sus diferencias siempre que no nos vengan a tocar el bombo en la puerta de la casa. Es muy

probable que KC esté de acuerdo con incluir la pregunta sobre la ascendencia étnica en el censo, y que eso no le haga conflicto de sentido con lo que siente cada vez que “los negros” se ponen a tocar el bombo en la puerta de la casa. Y, seguramente, estaría dispuesta a suscribir ambos sentimientos en los diferentes ámbitos “públicos” y “privados” donde se mueve, incluido *Facebook*, que opera como una plataforma social para hablar con los amigos y la familia como si estuviera en casa y nadie “ajeno” o “extraño” la escuchara, y, al mismo tiempo, como una plataforma política para expresar opiniones políticamente correctas. En ese sentido, la convivencia cotidiana con la diversidad puede asumir varias modalidades y densidades simbólicas en los discursos y en las prácticas *online* y *off line*: no es lo mismo tener un vecino negro, un compañero de trabajo discapacitado, un hijo gay, o un indígena en *Facebook* como contacto. Cada uno de estos vínculos producirán experiencias distintas en el espacio biográfico vivido y en el virtual, pero sin lugar a dudas, podríamos postular que mientras más virtuales, distantes y mediáticos son (o están) los otros, más tolerantes podemos ser frente a las diferencias que imaginamos nos separan, y más facilidad tendremos para adherirnos a sus causas o ser solidarios con sus desgracias.

EL CELULAR, ARTEFACTO RITUAL PARA EXORCIZAR LA OTREDAD

Estar comunicados a todas horas y en todos los lugares se ha vuelto un acto perentorio e indispensable. Sin dejar de reconocer el papel del mercado, la publicidad y de la propia tecnología en la generación de esta necesidad, sostenemos que lo que explica la adhesión inusitada, es la refuncionalización simbólica que ha sufrido en el uso cotidiano, en el sentido de trascender su función básica de tecnología para comunicarse, y comportarse como artefacto ritual para controlar la incertidumbre y exorcizar los fantasmas de la *otredad* (Winocur, 2009a:13). En la vida cotidiana la incertidumbre se expresa como una conciencia “implícita” de los peligros que sufrimos, que los medios de comunicación se encargan de actualizar permanentemente en la nota roja. La *otredad* la constituyen todos aquellos que amenazan real e imaginariamente nuestras certezas, y ésta a menudo se disfraza de extranjero, inmigrante, delincuente, chavo, banda, indígena, o nuevas tecnologías, porque ellos encarnan todo lo que tememos: quedarnos sin casa o trabajo, vivir lejos de nuestras familias, perder los afectos, sufrir el desarraigo, quedar excluidos del universo digital o extraviar la brújula de nuestras frágiles identidades (Winocur, 2009a:13). La *otredad* está permanentemente alimentada por la incertidumbre de no poder controlar las coordenadas cotidianas. En la mañana temprano toda la familia se desplaza a su trabajo o a sus actividades, en muchos casos también la madre que se ha incorporado plenamente al mercado laboral. La única certeza cotidiana

es el momento de salir de la casa, pero de ahí en adelante, real y fantasmagóricamente, cualquier cosa puede ocurrir. El tráfico, la inseguridad que se ha instalado como una sombra siempre acechando nuestros pasos; y el aumento de los tiempos requeridos para trasladarse, provocan una sensación de desamparo e incertidumbre en las familias. En estas condiciones de desasosiego provocadas por *los otros* que pueblan de fantasmas nuestras incertidumbres, el celular constituye un bálsamo tranquilizador que nos permite amarrar a los *nuestros* en tribus de pertenencia constituidas en redes de familias, amigos, empleados, compañeros de trabajo, clientes, alumnos o pacientes, y también, un mecanismo de afirmación de la identidad individual, familiar y grupal a través de las conversaciones, referencias, y complicidades que sólo hacen sentido entre los miembros de cada tribu (Winocur, 2009b:113).

UNA REFLEXIÓN FINAL

Mientras más globalizados y digitalizados son nuestros contactos, mientras más mundos audiovisuales y virtuales se despliegan frente a nuestros ojos, mientras más posibilidades tenemos de trascender las fronteras físicas y virtuales de nuestras pequeñas localidades y biografías personales, paradójicamente tendemos a desarrollar mayores dispositivos simbólicos del orden familiar y local para interpretarlos. Por una parte, podríamos entender esta reacción como un mecanismo defensivo para poder procesar la diversidad sin sentir que nos diluimos en ella, pero también se trata de un efecto paradójico como consecuencia de que nuestra relación con la *otredad* se ha vuelto básicamente mediática: “[...] hay una convergencia tecnológica que no sólo expone unas culturas a otras como nunca antes sino que las pone a comunicar asimétrica pero densísimamente” (Martín Barbero, 2010: 2).

La comprensión del significado de cualquier versión de *lo diverso* que abordemos, en sentido real o metafórico, requiere de los escenarios convergentes de los medios electrónicos y de las nuevas tecnologías de información y comunicación. El fenómeno de la inmigración es indudable, pero no tanto por su densidad estadística⁴, sino por la denotación mediática que ha adquirido. Todas las narrativas sobre *lo diverso* están constituidas por algún género mediático. La crónica, la ficción, la nota roja, el documental, la publicidad, las series y las telenovelas, nos presentan diversas versiones de viejas y nuevas *otredades*, que al mismo tiempo tienen capacidad performativa de muchas modalidades de in-

4 Según Laura Thompson, Directora General adjunta de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), en estos momentos, donde la población mundial se acerca a los casi 7 mil millones de personas, (<http://www.census.gov/population/international/data/idb/worldpop.php>), solo 220 millones migran de un país a otro, o sea poco más del 3%. (Entrevista realizada a la funcionaria por el periódico *La Diaria*, 27 de julio de 2011).

teracción e integración en el mundo *offline* y *online*. Y en este constante fluir de relatos e imágenes entre medios electrónicos, digitales e impresos, los viejos y nuevos *diversos* circulan a veces de forma paralela, y en otras ocasiones confluyen resignificados por nuevas experiencias de inclusión y exclusión social. Estos escenarios convergentes, en un sentido, reproducen los estereotipos sobre la *otredad*, pero en otro, ayudan a elaborar en los imaginarios colectivos nuevas miradas sobre lo ajeno.

Lo *distinto*, o más precisamente el sentido común sobre los *distintos*, al igual que otros relatos de la *otredad*, se aprehenden a partir de imágenes fragmentadas y distorsionadas de las realidades sociales y culturales de los inmigrantes, de los que tienen capacidades diferentes, de los que ejercen una sexualidad distinta, de los que practican otras formas de pertenencia y de los que profesan religiones no occidentales, quienes se separan cada vez más de los dramas humanos que los encarnan para constituirse en metáforas de estados emocionales individuales y colectivos de inestabilidad e incertidumbre, y también en amenazas de fragmentación biográfica. De ahí que la elaboración del sentido individual y colectivo para relacionarse con ellos, en algunos casos se resuelva construyendo una cohesión imaginaria alrededor del hogar, la familia y los amigos con sus extensiones virtuales en el teléfono móvil e Internet, y en otros, generando nuevas formas de convivencia y tolerancia con los tradicionales inmigrantes que arroja el océano y el desierto cada día, y, también, con los “nuevos” inmigrantes en el mundo digital, que no por *extranjeros*, dejan de ser nuestros padres, vecinos o compañeros de trabajo, dolientes en las filas del seguro social, sufrientes en el tráfico, o cómplices de deseos y ensoñaciones frente a la pantalla del cine, el televisor o la computadora.

Nativos e inmigrantes, católicos y musulmanes, homosexuales y heterosexuales, “normales” y *diversos* disponen de un televisor, una radio, un celular y una conexión a Internet, y no sólo para resolver cosas prácticas sino para exorcizar la incertidumbre y elaborar simbólicamente la relación con los otros. No obstante, aún no sabemos si la posesión de estas tecnologías volvió a las mayorías más tolerantes, y a los *diversos* menos fundamentalistas.

México, 29 de febrero de 2012

BIBLIOGRAFÍA

- Duby, George 1995 *Año 1000, año 2000. La huella de nuestros miedos* (Santiago: Editorial Andrés Bello)
- Grimson, Alejandro 2010 “La polisemia de la diversidad y sus políticas públicas” Ponencia presentada en la Primera Reunión Internacional

- de la Red de Intelectuales y Trabajadores de la Cultura SUR, Dirección Nacional de Cultura del Uruguay y Oficina de Cultura de Montevideo, Montevideo, 10 al 12 de noviembre.
- Hall, Stuart 2010 “El espectáculo del otro” en Cruces, F. y Pérez, B. (compiladores) *Textos de antropología contemporánea* (España: UNED).
- Martin-Barbero, Jesús 1993 *De los medios a las mediaciones* (México: Gustavo Gilli).
- Martín-Barbero, Jesús 2010 “Dislocación de las culturas y reconfiguración de las políticas”. Ponencia presentada en el Primera Reunión Internacional de la Red de Intelectuales y Trabajadores de la Cultura SUR, Dirección Nacional de Cultura del Uruguay y Oficina de Cultura de Montevideo, Montevideo, 10 al 12 de noviembre.
- Orozco, Guillermo et al. 2010 “La ficción se desinhibe. Naturalización de la publicidad, propaganda, violencia y ciudadanía en las telenovelas” en Guillermo Orozco y María Immacolata Vasallo (coords.) *Obitel 2010 Convergencias y transmediación de la ficción televisiva* (San Pablo: Ediciones Globo).
- Sánchez Vilela, Rosario 2000 *Sueños cotidianos. Telenovela y oralidad* (Montevideo: Taurus/Universidad Católica).
- Pereyra Cabrera, Florencia 2011 “Con el narcotráfico crece en México el turismo morbo” en *La Nación* (Buenos Aires) 29 de mayo.
- Rodríguez, J. 2011 “Entrevista: Slavoj Žižek filósofo. Occidente practica una tolerancia virtual” en *El País* (Madrid) Sección Cultura, 23 de marzo.
- Silverstone, Roger 2004 *¿Por qué estudiar los medios?* (Buenos Aires: Amorrortu).
- Silverstone, Roger 2010 *La moral en los medios de comunicación* (Buenos Aires: Amorrortu).
- Vargas, Rosa Elvira 2011 “PAN y PRI, con una mayor presencia en las redes sociales Facebook y Twitter” en *La Jornada* (México) 21 de septiembre.
- Vasallo de López, María Immacolata et al 2010 “Nuevos modos de hacer y de ver ficción televisiva” en Guillermo Orozco y María Immacolata Vasallo (coords.) *Obitel 2010 Convergencias y transmediación de la ficción televisiva* (San Pablo: Ediciones Globo).

- Vasallo de López, María Immacolata 2008 “Televisiones y narraciones: las identidades culturales en tiempos de globalización” en *Comunicar* (San Pablo) Vol. XV, N° 30, marzo.
- Verón Eliseo y Escudero Lucrecia 1997 *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales* (Barcelona: Gedisa).
- Winocur, Rosalía 2002 *Ciudadanos Mediáticos. La construcción de lo público en la radio* (Barcelona: Gedisa).
- Winocur, Rosalía 2009a *Robinson Crusoe ya tiene celular. La conexión como espacio de control de la incertidumbre* (México: Siglo XXI editores).
- Winocur, Rosalía 2009b “Extranjeros digitales y mediáticos: el extrañamiento en la comunicación”, en Néstor García Canclini (coord.) *Extranjeros en la tecnología y en la cultura* (Barcelona: Ariel).