

"Si quiere hacer el ridículo... "*"

"If you want to make a fool of... "

PRESENTACIÓN

A continuación se reproducen las polémicas opiniones del periodista y especialista en comunicación, *Markus Reiter*, quien fuera vicerredactor jefe del *Reader's Digest* para Alemania y redactor jefe de la página cultural del diario *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. *Reiter* es autor del igualmente polémico y contestatario libro titulado *Dumm 3.0*, donde fundamenta su juicio según el cual los blogs, twitter, facebook y, más generalmente, las redes sociales, "amenazan nuestra cultura".

En la siguiente entrevista, concedida el 19 de marzo de 2010 a la periodista *Tina Klopp*, del semanario de izquierda alemán *Die Zeit*, se sintetizan estas ideas.

El equipo editorial de ACIMED subraya que nuestra revista no necesariamente suscribe las opiniones de *Reiter*, pero las considera un interesante aporte para el debate sobre un tema de candente actualidad como es el papel de Internet y las redes sociales como elementos facilitadores de la comunicación social, cultural y científica.

ENTREVISTA **

ZEIT ONLINE: Entonces, en su opinión, ¿quién es tonto 3.0?

Markus Reiter: En la red es difícil determinar quién es tonto y quién no. Ese es el problema precisamente. En el viejo mundo de los medios existían *gatekeepers*; por ejemplo, periodistas que procuraban separar lo bueno de lo menos bueno, lo verdadero de lo falso. Y cuando un día dejan de existir esas instituciones, entonces uno mismo tiene que hacer todo ese trabajo. Y ante esa tremenda cantidad de información muchos terminarán rindiéndose.

ZEIT ONLINE: ¿Pero acaso en la red no ocurre más bien una tremenda democratización?

Markus Reiter: Creo que eso es una ilusión. Al final terminarán imponiéndose en la red las mismas élites sociodemográficas que se impusieron en el viejo mundo. La cantidad de taxistas de Munich que tienen un pasado migratorio y que escriben blogs relevantes, o de viudas de guerra que tienen un blog, es limitada. Si Usted mira bien quién en la red produce cultura o información relevantes, notará que, o son las mismas personas que ya tuvieron éxito en los viejos medios, o son los que habrían tenido éxito en esos viejos medios de no haber existido la Internet.

ZEIT ONLINE: ¿Y qué pasa con YouTube, donde a cada minuto se suben 24 horas de material de video, en su mayor parte grabaciones pequeñas, producidas por cuenta propia? ¿No es grandioso que todo eso encuentre allí un público?

Markus Reiter: Si Usted quiere hacer el ridículo en la red, siempre tendrá público. Pero eso no es algo que alcance una relevancia social. Digámoslo así: Usted tiene pan y juegos. Y la élite social tiene la ventaja desde el momento en que ya no tiene que ofrecer ella misma los juegos, sino que la misma gente lo está ofreciendo.

ZEIT ONLINE: ¿Cuál es el problema?

Markus Reiter: En esencia, yo me dirijo contra las expectativas de salvación que apologetas de Internet o autonombrados evangelistas tienen puestas en la Internet. O sea, contra la creencia en que Internet tiene un efecto emancipatorio y que ahora existen nuevas posibilidades de democratización. Aquí simplemente lo que está sucediendo es una lucha por el poder entre las élites de los viejos medios y aquellos que quieren acceder a la olla de la carne.

ZEIT ONLINE: ¿Pero acaso la red no estimula procesos de aprendizaje sociales al facilitar que más personas puedan ser escuchadas y participar activamente?

Markus Reiter: Es que la mayoría de las personas no participa para nada. Si Usted mira cuánta gente contribuye, por ejemplo, a la imponente Wikipedia, la enciclopedia de Internet, verá que en esencia se trata de menos del uno por ciento. Se estima que solo algunos centenares de personas escriben la inmensa mayoría de los artículos.

ZEIT ONLINE: Entonces yo diría: ojalá que en el futuro haya más...

Markus Reiter: No hay ninguna razón para esa esperanza. La actitud fundamental del ser humano es la de receptor. Y existe un segundo problema: en algún momento, por supuesto, a la gente se le ocurrirá ganar dinero. Y si esa posibilidad se pierde porque la red entera no es más que una inigualable fiesta gratis, entonces la motivación bajará aun más.

ZEIT ONLINE: Por el momento se observa lo contrario: los blogs de música se desbordan de tanta música gratis, existen incontables fotos en Flickr y una enorme necesidad de participar con comentarios en distintos debates. Y todo eso sucede sin segundas intenciones comerciales.

Markus Reiter: La cuestión es: ¿qué gano yo como receptor cuando otros hacen comentarios? Si Usted quiere comprar un libro en Amazon, podrá leer 58 reseñas tremendamente entusiastas sobre el mismo libro, y otras 54 que lo encuentran absolutamente horrible. Al final, después de leer casi 120 reseñas, no he ganado nada.

ZEIT ONLINE: ¿Y eso es distinto cuando uno lee un artículo en un periódico?

Markus Reiter: Sí, porque aquí yo parto de que se trata de personas que juzgan las cosas con cierta profesionalidad. No digo que no haya también periodismo decepcionante a montones. Pero cuando voy a un restaurante y el camarero o el sommelier me dicen, cuando les pregunto por una recomendación de vino: »Escoja este, a todos les gusta», yo me siento decepcionado.

ZEIT ONLINE: ¿Niega Usted entonces que la gente tenga la capacidad de ser activa desde el punto de vista artístico o creativo, y de serlo en mucha más medida de lo que ha sido hasta ahora?

Markus Reiter: Yo no le cuestiono a nadie la capacidad de expresarse artísticamente, para muchos eso hasta puede ser un hobby. Claro que esa es una de las caras maravillosas de la red. Solo que, en última instancia, hay que reconocer que hay diferencias de calidad. Si Usted toma a diez pintores barrocos mediocres para que pinten unos pocos centímetros cuadrados de un cuadro, al final eso todavía no es un Caravaggio.

ZEIT ONLINE: ¿Quién decide si lo es?

Markus Reiter: Al final es el tiempo el que decide. Lo que queda tiene evidentemente un cierto valor. Pero más allá de ello creo que por lo menos es útil que exista ayuda profesional. Eso no tiene que ver con decidir en el sentido propio de la palabra sino más bien con prestación de servicios, con direccionamiento, selección. O sea, con lo que los medios han hecho hasta ahora.

ZEIT ONLINE: ¿Qué piensa Usted de la tesis de la economía de la atención? Si todos se autorrealizan, nadie más tiene tiempo entonces para ver los textos y las imágenes de los otros. El público es el bien escaso... y en correspondencia tendría que ser recompensado.

Markus Reiter: Suena muy convincente. Pero al panadero no se le puede pagar con atención nada más, y su alquiler menos todavía. Y aun menos se le puede pagar a los oyentes por recibir atención de ellos. Es decir, estaremos en el gran dilema de que de alguna manera, en toda esta Internet fuera de Google y del comercio online, la gente tiene que capitalizar también los resultados de su propio trabajo.

ZEIT ONLINE: O sea, ahora mismo estamos en una época dorada con todas esas informaciones gratis, pero esa época tiene sus días contados...

Markus Reiter: En el futuro la gente recibirá más sus informaciones a partir de redes sociales. Y si compara eso con el viejo estado de cosas, la selección social ya ahora es mucho más fuerte: todo el mundo podía comprar un periódico, sin importar de qué capa social provenía. Eso es mucho más fácil que escoger los amigos correctos que le provean a uno los links correctos a las informaciones correctas.

ZEIT ONLINE: Usted no confía mucho en la gente.

Markus Reiter: Reconozco que, en efecto, socialmente soy pesimista. Al final no creo que tendremos una sociedad mejorada, más emancipatoria. Simplemente porque el ser humano no cambia. Vamos, que si Usted mira las columnas de comentarios a intervenciones en Internet, podrá constatar que mucho ahí es basura y garabato. Tiene ante usted el mismo fenómeno que sucede en el terreno de fútbol cuando la turba se agrupa. En muchos lugares en la red, y sobre todo allí donde el público es pequeño, hay discusiones muy inteligentes. Pero dondequiera que hay un gran público, o sea en las páginas de Internet de los grandes periódicos, lo que

encuentra en el fondo son comentarios fundamentalmente subterráneos y que van hasta el lenguaje fecal. Y eso no se ve muy emancipatorio que digamos.

*Versión en español del título ("Wenn Sie sich zum Affen machen wollen...") de la entrevista concedida por *Markus Reiter* a la periodista *Tina Klopp* del semanario alemán *Die Zeit*. Disponible en: <http://www.zeit.de/digital/internet/2010-03/markus-reiter-dumm-3.0>

**Traducción del alemán realizada por *Orestes Sandoval* y difundida en Cuba por *Desiderio Navarro*.