

Estudios venezolanos de comunicación • Cuarto trimestre 2003 • N° 124



info.pobres / info.ricos

Director

Andrés Cañizález

Consejo de Redacción

Jesús María Aguirre
Francisco Tremonti
José Ignacio Rey
Andrés Cañizález
Gustavo Hernández
Elsa Pilato
Carlos Guzmán
Agrivalca Canelón
Narsa Silva
Carlos Correa
Marcelino Bisbal

Asistente del Consejo

Iván Alonso

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

Fotografía de portada

Gabriel Osorio

Fotografía de contraportada

Gregorio Marrero

Producción Editorial

Signet Comunicación Global

Impresión

Ex Libris

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 29.000,00

Número suelto: Bs. 8.000,00

Exterior

Correo ordinario: US\$ 50,00

Correo aéreo América : US\$ 55,00

Otro país (aéreo): US\$ 60,00

Forma de pago:

En Venezuela

- Cancelando en nuestras oficinas
- Depositando, a nombre de:
Fundación Centro Gumilla,
en alguna de las siguientes cuentas:

Banescó

Cta. Cte. No.: 413-1-01041-4

Banco Venezolano de Crédito

Cta. Cte. No.: 001-0152283

(en este caso envíenos copia
del depósito)

En el extranjero

- Remitiendo cheque en US \$
a nombre de
Fundación Centro Gumilla
a nuestras oficinas.
- Realizando una transferencia
en US \$ a la siguiente cuenta:
Bank of New York
ABA: 021-000-018
Correspondent Services Corp.
A/C 8900186968
OBI=FBO: Fundación Centro Gumilla
Acct: GY-13166

Centro Gumilla

Edificio Centro Valores,
local 2, esquina de la Luneta,
Altagracia. Apartado 4838
Caracas 1010-A- Venezuela
Teléfonos: 564.9803 - 564.5871
Fax: 564.7557

Redacción Comunicación:

comunicacion@gumilla.org.ve

Redacción SIC:

sic@gumilla.org.ve

Unidad de Documentación:

documentacion@gumilla.org.ve

Administración:

administracion@gumilla.org.ve

Depósito Legal

pp 197502 DF851

ISSN: 0251-3153

Comunicación no comparte
necesariamente las opiniones
vertidas en los artículos firmados,
que expresan, como es obvio,
la opinión de sus autores.

Los textos publicados
en la sección de Estudios de
la Revista son arbitrados.

Visite nuestra página en la Web:

<http://www.gumilla.org.ve>

**Esta publicación
ha sido patrocinada por**



MINISTERIO
DE EDUCACIÓN
CULTURA
Y DEPORTES

VICEMINISTERIO
DE CULTURA



CONAC



comunicación

Nº 124

Estudios venezolanos de comunicación

CENTRO GUMILLA

Perspectiva Crítica y Alternativa

Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

Presentación		2
Entrada	La Sociedad de la Información en Venezuela	4
	■ Francisco A. Pellegrino	
	Construyendo el camino hacia Ginebra	10
	■ Sally Burch	
	Dilemas éticos en la Sociedad de la Información	16
	■ Javier Bustamante Donas	
	El "Informe MacBride": un modelo de comunicación global	24
	■ Bernardino Herrera	
	El sur y la comunicación, ¿una relación de dependencia?	34
	■ Eleazar Díaz Rangel	
	Medios digitales y cambios en el periodismo	40
	■ Carlos Abreu Sojo	
	"Hoy ni escena ni espejo, sino pantalla y red"	50
	■ Carlos Esté / Vanesa Vargas Roldan	
	Antonio Pasquali y la utopía comunicacional	56
	■ David De los Reyes	
Estudios	La Sociedad de la Información con objetivos de Inclusión y Equidad	64
	■ Carlos Enrique Guzmán Cárdenas	
	Mitos y estrategias socializantes de la cultura mediática	80
	■ Gustavo Hernández Díaz	
	TV propaganda en el paro nacional: ¿quo vadis?	90
	■ Iván Abreu Sojo	
Hablemos	El reto de centrarse en la gente	106
	■ Andrés Cañizález	
Reseñas		109
Informaciones		113
Documento	La brecha digital: perspectivas de acción	117
	■ Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	



Presentación

Ya pasaron los días de las creencias ingenuas en que los gurúes de la aldea global y de la infocomunicación –Mc Luhan, Töffler, Nasbitt, Negroponte–, nos hacían creer que con las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación estábamos a punto de pisar la antesala de un mundo fantástico, en que las interconexiones crecientes facilitarían la democratización mundial del acceso y de la comunicación a los conocimientos, piedra filosofal para alcanzar el desarrollo y el progreso.

Más de una vez hemos advertido en la revista a propósito de la difusión de nuevas tecnologías, que lo más frecuente es que los beneficios técnicos de las innovaciones se noten primeramente y sólo en una segunda etapa sus consecuencias ambientales y socio-políticas.

El optimismo tecnológico de la década de los noventa sobre las bondades de la tecnotrónica, la telemática e Internet tuvo su máxima cota de exaltación en el cambio de milenio –año 2000–, cuando incluso se proclamó el surgimiento de una nueva

economía, que rompía los ciclos de la economía clásica.

Este ilusionismo tecnicista iba acompañado del sueño de la libertad omnímoda en las redes de comunicación, lugar en que todo era prácticamente posible, al menos en el espacio de las realidades, o mejor pseudo-realidades, virtuales.

Dos estallidos, nos han despertado de este espejismo: la explosión de la burbuja electrónica, que ha arrastrado consigo la nueva economía y el ataque de las Torres Gemelas, que ha roto abruptamente la confianza en las comunicaciones de Internet.

Es decir, que más allá de los problemas inherentes al mismo sistema tecnológico –saturaciones, ataques virales, saboteos, monopolizaciones, competencias desleales...– se ha sumado la desconfianza en las posibilidades económicas y socio-políticas auguradas, aun en los mismos países metropolitanos que han desplegado al máximo estos sistemas.

Reconocidas las primeras bondades tecnológicas, de nuevo ha quedado transparentado que los medios técnicos



Galería de Papel. Fotografía: Isbelia Castillo

son instrumentales para un determinado proyecto de sociedad, y que actualmente, responden a un proyecto de globalización mundial, liderizado por Estados Unidos.

Contra lo que se pensó y se soñó en el Informe MacBride en los 80 sobre un mundo de voces múltiples en un equilibrio creciente, hoy asistimos al despegue de una voluntad de dominio empeñada en ejercer el control mundial. Más aún, se ha exacerbado una dinámica de desequilibrios crecientes por la brecha –gap– tecnológico entre países pobres y ricos.

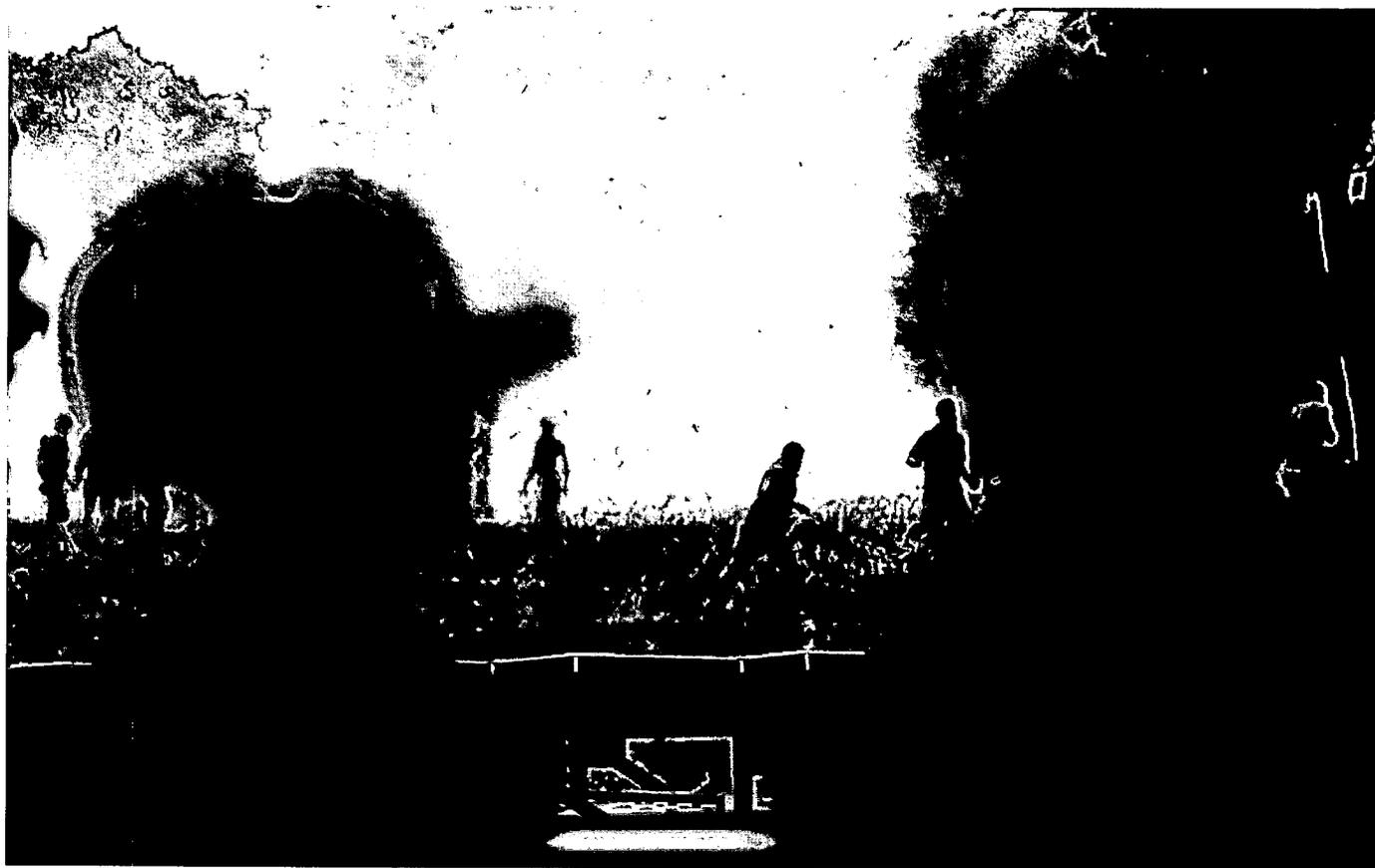
La coyuntura de la celebración de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información es la que nos ha incitado a enfocar los retos que se nos plantean como continente latinoamericano y como Estado-Nación, máxime cuando nos encontramos en los puestos de zaga de esta carrera vertiginosa.

Los artículos de este número abordan desde diversos ángulos la problemática inherente a estas nuevas realidades. A la vez que se diagnostica el estado

y grado de incorporación de las nuevas tecnologías en nuestras sociedades, enfatizando las brechas, se abren las perspectivas más amplias del análisis para la comprensión de los procesos globales en los que estamos insertos y se estimulan las consideraciones éticas que pueden inspirar unas estrategias más humanizadoras

Somos conscientes de que el actual cuadro geopolítico no invita tanto a posturas victimistas, sino a decisiones firmes para situarse ventajosamente en un mundo más desigual y competitivo que nos obliga a pensarnos en conjuntos más integrados como país y como continente. En el nuevo sistema de la Sociedad de la Información y del Conocimiento, puede resultar ingenua la expresión de Simón Rodríguez: “inventamos o erramos”, pues no nos quedan probabilidades para adelantarnos en las carreras investigativas, pero al menos es claro que estamos, como país, en una apuesta de “renovarnos o morir”.

Galería de Papel. Fotografía: Ramón Lepage.



La Sociedad de

Comenta Francisco A. Pellegrino en este trabajo que a través de los tiempos la humanidad ha mantenido la propensión a asignar el 80% de las riquezas al 20% de la población. A su juicio, el advenimiento de la Sociedad de la Información, al contrario de lo se había pensado, no ayudó a reducir la inequidad y la exclusión, sino que más bien ha agregado una nueva forma de marginación: la brecha digital. Concluye el autor afirmando que la exclusión entrópica de la mayorías junto a la precariedad y debilidad del sistema educativo y los patrones culturales son los impedimentos que indisponen a Venezuela en la Sociedad de la Información.

En 1906, Wilfredo Pareto¹, en su Manual de Economía Política, describió la propensión de la humanidad a asignar el 80% de las riquezas producidas al 20% de la población, en todos los tiempos y civilizaciones, predestinando las inmensas mayorías a resignarse con las migajas restantes.

En 2003, el Banco Mundial estima que 29 países, los cuales representan escasamente el 20% de la población mundial, concentran el 80% de la riqueza global. Nada nuevo bajo el Sol.

En apariencia, las esperanzas depositadas en la Modernidad y en la Revolución Industrial, en un primer momento y posteriormente en la Globalización y en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)² han quedado frustradas. Por el contrario, el advenimiento de la Sociedad de la Información³, lejos de impulsar un nuevo orden mundial socioeconómico más igualitario, o al menos más justo y democrático, ha agregado, por los momentos, a la brecha entre países pobres y ricos una nueva forma de marginación "la brecha digital". En definitiva ha acentuado la herida.

BRECHA DIGITAL

Es por ello, que una aproximación válida a la Sociedad de la Información y a su dimensión e impacto en el mundo contemporáneo, debe recorrerse necesariamente a través de la comprensión de las causas de la brecha digital, *digital gap* (también *digital divide*) entendida como la manifiesta desigualdad entre los países severamente rezagados o con muchas limitaciones en los aspectos de lo "digital" y aquellos que han logrado desarrollar una infraestructura informática y de telecomunicaciones, al mismo tiempo que han educado a sus sociedades en el uso de las TIC para acceder de forma rutinaria y provechosa a la información, al comercio y al conocimiento.

La UIT, Unión Internacional de Telecomunicaciones⁴, observa y mide el *digital gap* entre naciones con el propósito de impulsar políticas internacionales, que mitiguen sus efectos y que ataquen sus causas. Un índice *ad hoc* y comparativo, que permita la medición de la brecha digital ha sido concebido con base en tres componentes.

El hombre actual parece estar siempre amenazado por lo que produce, es decir, por el trabajo de sus manos y más aun por el trabajo de su entendimiento.

Juan Pablo II

la Información EN VENEZUELA

■ Francisco A. Pellegrino

El primer elemento mide el desarrollo de las de redes de telefonía móvil e Internet, con un peso del 50% sobre la valoración definitiva. Otro 25% de la ponderación del índice se destina a establecer el nivel de concentración económica de las estructuras de mercado (menor grado de concentración: libre competencia; mayor concentración: oligopolios y monopolios). Finalmente, la predisposición de la economía para obtener mayores y mejores beneficios con el uso de las TIC, con énfasis en los costos para los suscriptores y la facilidad de acceso y consumo, aporta el 25% final para completar el indicador.

En la siguiente tabla se puede observar el resultado de la aplicación sistemática del índice, junto a datos adicionales complementarios.

Cuadro 1. Los primeros 25 según el índice de la Sociedad de la Información.

País	Valoración	PIB/per capita	Población (miles)
Hong Kong, China	65,88	\$ 24.249	7.049
Dinamarca	65,61	\$ 30.902	5.364
Suecia	65,42	\$ 25.654	8.876
Suiza	65,10	\$ 33.522	7.169
Estados Unidos	65,04	\$ 37.769	294.043
Noruega	64,67	\$ 35.265	4.533
Corea (Rep.)	63,42	\$ 8.828	47.700
Reino Unido	63,00	\$ 24.607	59.251
Países Bajos	62,25	\$ 23.995	16.149
Islandia	62,03	\$ 32.069	290
Canadá	61,97	\$ 23.25	631.510
Finlandia	61,22	\$ 23.883	5.207
Singapur	60,58	\$ 21.188	4.253
Luxemburgo	58,58	\$ 44.664	453
Bélgica	57,80	\$ 22.498	10.318
Austria	57,72	\$ 23.286	8.116
Alemania	55,53	\$ 22.675	82.476
Australia	55,40	\$ 19.474	19.731
Portugal	55,13	\$ 11.014	10.062
Japón	54,94	\$ 34.337	127.654
Francia	52,45	\$ 21.862	60.144
Grecia	51,44	\$ 10.707	10.976
Italia	51,13	\$ 18.788	57.423
República Checa	50,95	\$ 4.963	10.236
Nueva Zelanda	50,47	\$ 11.847	3.875
Total población			892.858
Total población mundial			6.300.000

Como era predecible, la mayoría de estos países ostentan unos formidables PIB⁵ per capita y representan apenas el 14% de la población mundial, concentrándose el 76% de ellas en Europa y América del Norte, pero sin México, y también no aparece otra poderosa economía de la región como el Brasil. El *ranking* de las 25 no comprende ningún país representante de los 300 millones de personas iberoamericanas. Cabe preguntarse: ¿Existe algún componente en la matriz cultural y socioeconómica de los hispanohablantes que no les permite maximizar el aprovechamiento de las TIC para acelerar su desarrollo?

Es un dato de hecho que la brecha digital latinoamericana es severa y sus mejores índices apenas alcanzan a superar de poco la mitad de la valoración de los países ubi-

cados en los primeros puestos de la Sociedad de la Información. La brecha es también económica, por ejemplo, el PIB per capita de la República Checa, el más bajo de la tabla, es el doble del venezolano.

LA BRECHA DIGITAL EN VENEZUELA

En 2001, Venezuela ocupaba en la tabla de la UIT la posición 37, y la 5 de la subregión. Este avance es consecuencia directa de la reciente modificación a la Ley de Telecomunicaciones, que en su origen data de 1945, con la cual se quebró el monopolio de la única empresa telefónica del país, la CANTV (primero pública y luego privada), lo cual generó una apertura a la competencia, permitiéndole a Venezuela remontarse, en poco tiempo, desde el puesto 44.

¿Qué razones impiden una ulterior disminución de la brecha digital en el caso específico venezolano? ¿Cómo explicar la escasa automatización de los sistemas y procedimientos en el sector público, así como el pobre acceso por parte de la población a Internet? ¿Por qué los niveles tan bajos de beneficios que se obtienen de la excelente infraestructura instalada en redes y procesamiento electrónico de datos, en satélites, en fibra óptica y en anchura de banda para la transmisión de voz y datos? ¿Qué favorece el desperdicio de la mayor densidad de telefonía móvil celular por habitante en Latinoamérica y la adquisición de computadoras por encima de la media mundial por parte del sector público y comercial privado? Todo apunta hacia una sola respuesta que, según el Banco Mundial⁶, es responsable del 67% de la brecha: la educación del capital humano.

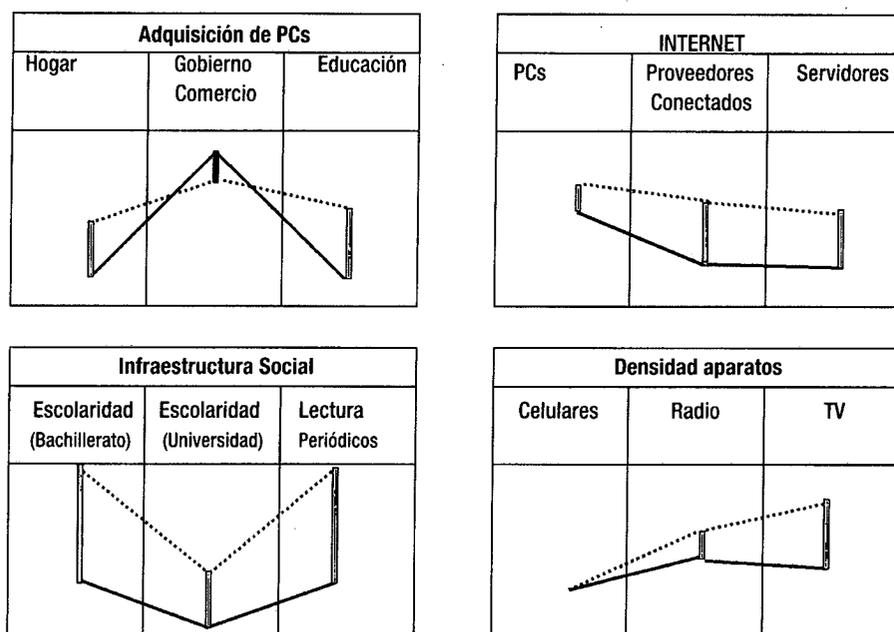
El actual Poder Ejecutivo, promotor de la exitosa apertura económica en el sector de las TIC, ha enfrentado el reto de la reducción de la brecha digital a través del entrenamiento de los usuarios, con la creación de locales públicos de acceso a la Internet, denominados Infocentros y a los incipientes salones de clases para la enseñanza del uso de la red, denominados Centros Bolivarianos de Informática y Telemática. A ello hay que agregar las recientes propuestas de las instituciones educativas privadas en gerencia e ingeniería de las telecomunicaciones, en pregrado (UCAB) y postgrado (UNIMET), así como el progreso de las carreras de informática y computación en Universidades públicas y privadas.

Sin embargo, pareciera que el proble-

Fuentes: * Taylor Reynolds UIT: ¿Cuáles son las economías mejor preparadas para aprovechar las TIC? Enero 2003.

* United Nation Population Network (www.un.org/popin/data.html)

Cuadro 2. Aspectos de la "huella digital" venezolana



Promedio mundial Déficit —————
 Venezuela ————— Superavit —————

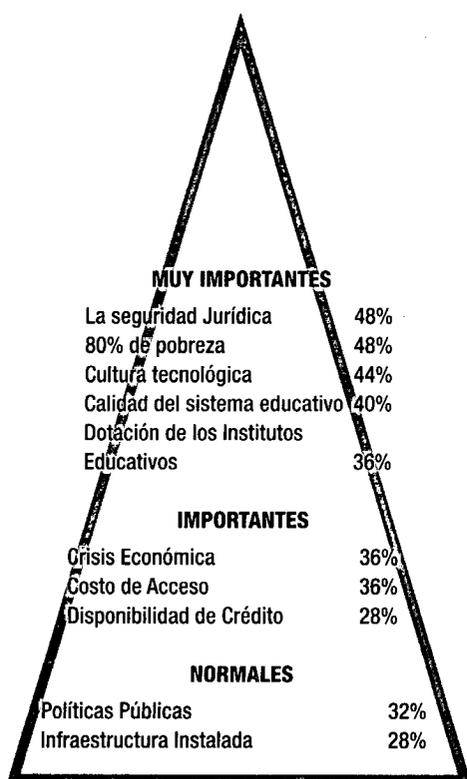
Fuente: * "Infocentros La Primera Piedra del Gobierno Digital" José Ali Vivas/ Rina Surós [MCT/CNTI/UCV] Noviembre 2000.

socioeconómica, que lejos de revertirse con el tiempo se agrava, las restantes cuatro barreras, calificadas como muy importantes, están todas vinculadas al fracaso del sistema educativo formal.

Existe una brecha cultural que subyace a la brecha digital. Una brecha digital que no sólo nos separa de las naciones más desarrolladas sino que se presenta también internamente entre sector público y privado, entre educación básica y universitaria, ya que

"(...) la situación de las escuelas públicas de educación pre-escolar, básica y media, en el proceso de incorporación de las TIC, es precaria. De todas las instituciones educativas de nivel pre-escolar, básico y primaria sólo el 28,46% tienen teléfono, y están concentrados en las instituciones privadas en un 80,69%. En cuanto a la dotación de PC en las escuelas públicas, se registra en 1998-1999 que la base instalada era de (...) un PC por cada 13 mil estudiantes. El sector privado tiene una situación más favorable con una base instalada (...) de un PC por cada 328 estudiantes inscritos. Existe un desbalance enorme entre la educación superior y el resto del sector educativo, en el sector de

Cuadro 3. Barreras para el desarrollo de las TIC en Venezuela según las empresas del sector 7



Cuadro 4. 2000 : Usuarios de Internet por Clase Social (7)

Clase social	Distribución sobre la población total	Ingreso familiar mensual en US\$	Acceso Internet
A/B	3%	superior a 6.596,00	47,3%
C	18%	promedio 1.309,00	32,4%
D	38%	promedio 440,00	16,1%
E	41%	máximo 201,00	7,4%

educación superior el uso y enseñanza de las TIC está concentrado en las principales universidades (a lo sumo 5 de los 133 institutos) y escuelas de postgrado" (LORENZO, Lara; LINO CLEMENTE y Claudia SERRANO. 2000: p.i)⁸

ma aquí no radica ni en el uso instrumental de las TIC ni en la especialización de las destrezas ya que

(...) en cuanto a los recursos humanos en TIC, Venezuela es uno de los cinco mejores países en el mundo en producción de software de computación, base de las TIC, según los dos últimos maratones de programación realizados en Orlando (USA) y en Holanda⁷.

Cabe deducir que la principal causa de la brecha digital venezolana tiene su origen en el sistema educativo general y en la concepción y aplicación de las políticas públicas de educación básica y secundaria. Una encuesta aplicada a 25 representantes de las principales empresas del sector de telecomunicaciones, confirma esta raíz cultural más que económica del problema, ya que, además de la elevadísima tasa de exclusión

Sin embargo la manifestación distintiva de la brecha digital interna se presenta entre los sectores socioeconómicos, como lo evidencia lapidariamente el cuadro 4.

En conclusión, la brecha digital, interna y externa, es directamente proporcional a la brecha cultural, la cual debe ser corregida con reformas profundas en el sistema educativo general, mucho más allá de la red de Escuelas Bolivarianas, ya que en cuanto a los recursos humanos especializados en el ámbito de la informática y las telecomunicaciones, con evitar la actual "fuga de cerebros" es suficiente para mitigar el déficit de capital intelectual.

La exclusión entrópica de las mayorías, la precariedad del sistema educativo y la debilidad de los patrones culturales en el proceso de formación de las instituciones modernas, son los impedimentos de

fondo que indisponen a Venezuela en la Sociedad de la Información. Si bien es séptima en América, se mantiene en líneas generales por debajo del promedio mundial en los factores determinantes para el aprovechamiento de las TIC, debido en gran medida a un cultural gap estructural, y este último sólo podrá ser superado con un acuerdo nacional, sostenido en el largo plazo, que permita revolucionar el sistema educativo. Nada nuevo bajo el sol.

2000: TIPS SOBRE LA INTERNET EN VENEZUELA

- Para el año 2000 se estimaban entre 800 mil y un millón de usuarios individuales.
- Según Datanalisis el crecimiento interanual del 1999 al 2000 fue de 295% (Aprox.)
- En Venezuela también ha ocurrido una explosión de **empresas punto com**: la revista Business Technology reseña a unas 240 principales y el buscador venezolano Auyantepui reporta que más de 100 sitios web nuevos aparecen cada semana.
- Se ha observado una abundancia de publicidad sobre Internet en los medios masivos de comunicación.
- Han aparecido empresas especializadas en el diseño y construcción de sitios web, así como en el desarrollo de negocios de Internet.
- La mayoría de las empresas principales de la economía formal han invertido ya en el desarrollo de sus sitios web y en su plataforma tecnológica de comercio electrónico.

■ **Francisco A. Pellegrino**
Comunicador social y profesor
de la Universidad Católica Andrés
Bello (UCAB)

Notas y referencias bibliográficas

Sitios web recomendados

www.innovarium.com a cargo del Prof. Carlos E. Guzmán C. Esta página es de obligatoria consulta para quienes deseen profundizar sobre los principales asuntos claves del Desarrollo Cultural y Comunicacional venezolano.

www.conatel.gov.ve/ns/indicadores_gen1.htm ofrece los mejores indicadores sobre la Sociedad de la Información venezolana. Además, a través de la *home page* de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones podrá acceder a un índice con diversos aspectos sobre el tema.

<http://lac.derechos.apc.org/wsis/index.shtml>

La postura latinoamericana ante la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 y Túnez 2005) a cargo de la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC) Aquí encontrará: noticias, eventos, documentos, campañas y recursos.-

www.itu.int/home/index.html *Home page* de la *International Telecommunication Union*, plétórica de documentos, en varios idiomas, sobre la Sociedad de la Información.

www.undp.org/hdr2001/ *Human Development Programme* deL PDNU. Importante por las tablas con los valores de progreso tecnológico mundial.-

www.un.org/millennium/sg/report/summ.ht discurso del Secretario General de la ONU Kofi Annan con referencias a las TIC.-

¹ (1848-1923) Economista italiano que junto a sus discípulos Enrico Barone y Giovanni Antonelli, sucedió en la Academia de Lausanne en Suiza a León Walras, uno de los líderes de la escuela económica de los marginalistas. En su *Cours d'économie politique* determinó que los ingresos se concentran en una proporción de 80/20, según unos patrones logarítmicos regulares.

² Las TIC abarcan a las telecomunicaciones, como el cable, los satélites y telefonía celular, y a la informática en general incluyendo las computadoras, los *softwares* y redes como la Internet. De la unión de las telecomunicaciones y la informática nace la Telemática. La Telemática junto a las Industrias Culturales, TV, prensa escrita, radio, cine, etc. configuran un nuevo sector de la economía, el Cuaternario. A las TIC se les conoce también como NTI: Nuevas Tecnologías de la Información.

³ Varias denominaciones y una definición: (...) *capitalismo informacional* (Castells, Manuel. 1998) ... *dominio tecnológico* (Buckley, John V. 2000) ... *digitalismo* (Terceiro B., José y Gustavo Matías. 2001) ... *capital digital* (Tapscott Don, David Ticoll y Alex Lowy. 2002) ... *infonomía* (Cornella, Alfons. 2000) ... o cualquier otro término que se acuñe, el hecho cierto es que se **entiende por Sociedad de la Información** la generación, producción, transmisión, conservación y reciclaje de la información, el conocimiento, las experiencias y la cultura (Rausell Köster, P. 1999) (Guzmán Cárdenas, p.4,) Negrillas propias

⁴ En inglés ITU. Esta es una institución con sede en Ginebra, Suiza, perteneciente a la red de Naciones Unidas, donde los gobiernos y el sector privado coordinan el desarrollo de los servicios y redes de telecomunicaciones.

⁵ Se entiende por Producto Interno Bruto, la totalidad de bienes y servicios que se producen en un País durante un año, expresados en términos monetarios. En este caso se presenta per capita, esto es, dividido entre la población total de cada País

⁶ Según el Banco Mundial, sustentan el éxito en el ámbito económico en general y en la Sociedad de la Información en particular se debe:

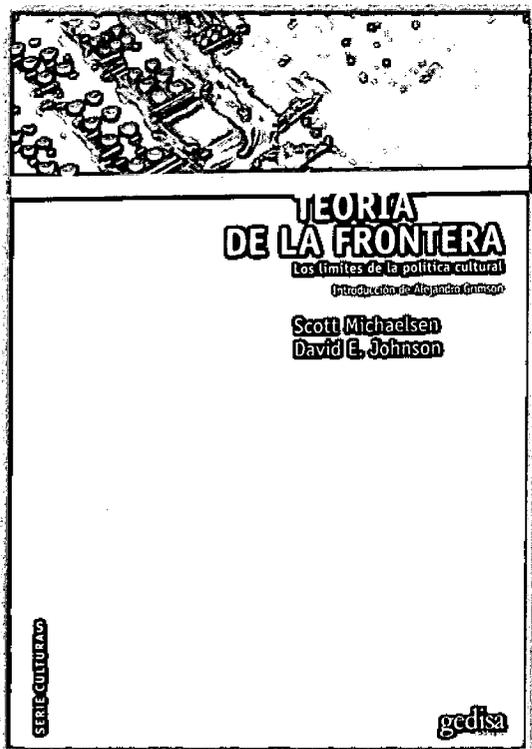
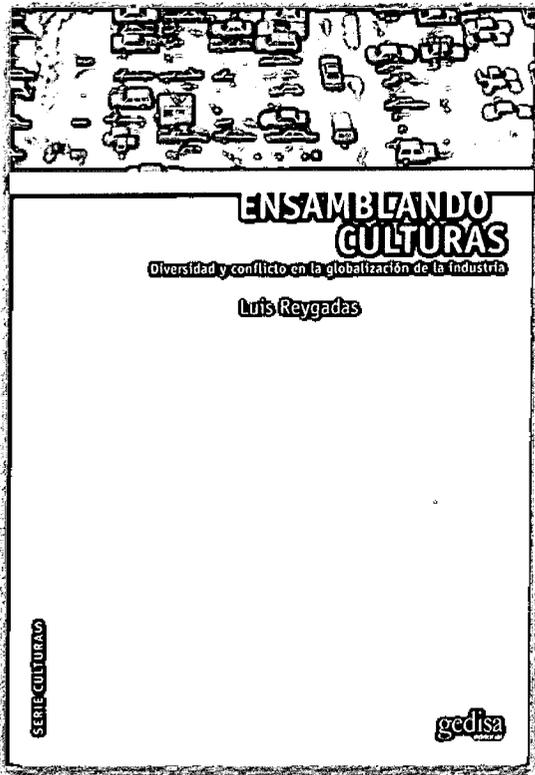
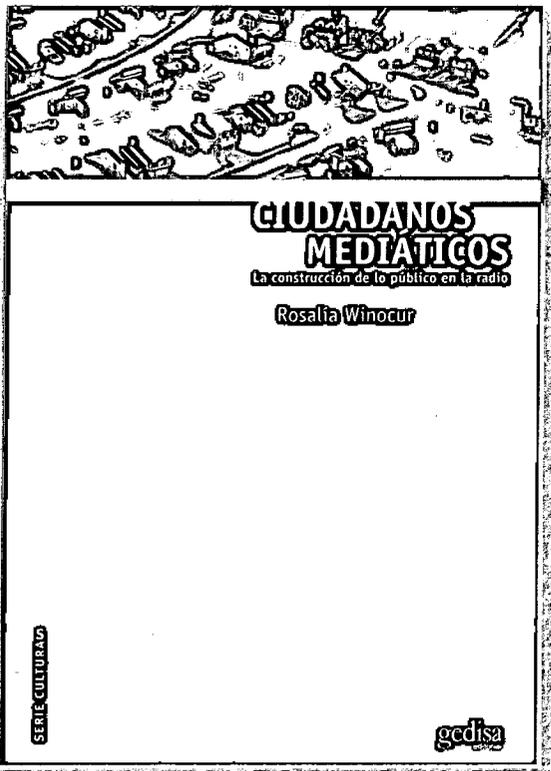
67% El capital intelectual (educación, investigación científica y tecnológica, sistemas de información)

17% El capital natural (materias primas)

16% El capital productivo (maquinaria, infraestructura)

⁷ Ministerio de Ciencia y Tecnología (2001) Agenda para el Desarrollo de la Información, la Conectividad y los Contenidos

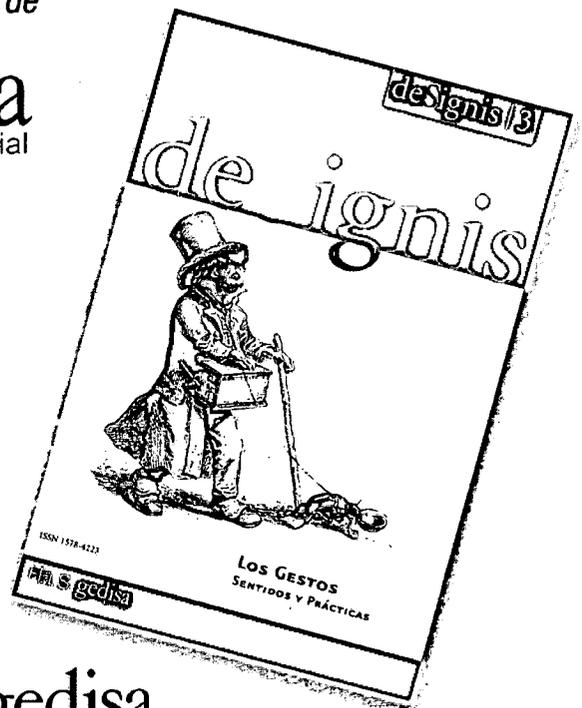
⁸ Lara, L./Clemente, L./Serrano, C. (2000): Tecnologías de la Información (TIC) en Venezuela: diagnóstico, problemas y propuestas con relación al grado de preparación de Venezuela para el mundo en red. (Documento de Trabajo para el Proyecto Andino de Competitividad).



SERIE CULTURAS

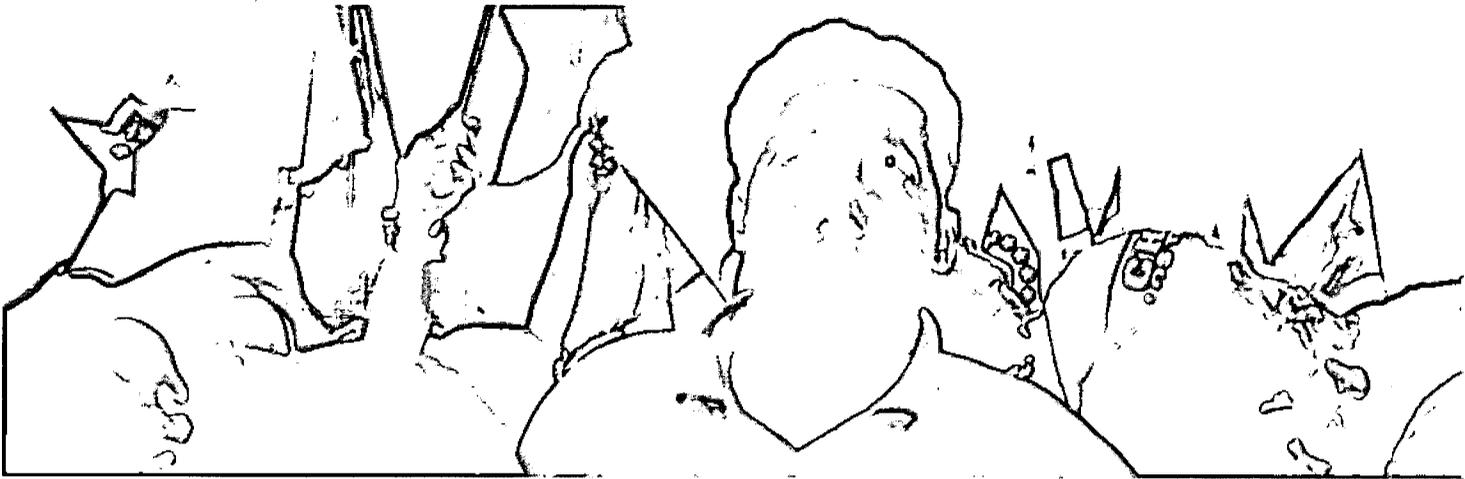
*La única colección
original en castellano
con el prestigio de*

gedisa
editorial



Distribuye EDISA
Calle San Luis, Qta. La Prince
San Luis, El Cafetal.
1061 Caracas
58-212-9873459 edisa@telcel.net.ve

FELS gedisa
editorial



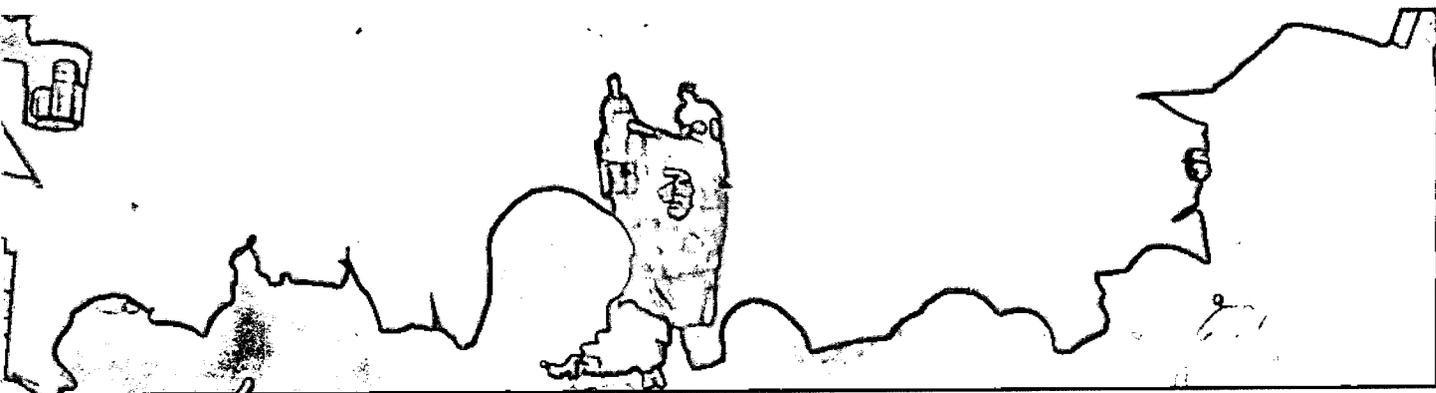
A finales de este año se celebrará en la ciudad de Ginebra, Suiza, La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, en la cual se reunirán representantes de gobiernos, organismos multilaterales, grupos de la sociedad civil e incluso empresarios, para discutir sobre las características del modelo de sociedad que progresivamente se ha ido asentando con el surgimiento de las nuevas tecnologías de

la información y comunicación y los nuevos paradigmas de gestión. La autora rescata los esfuerzos realizados por la sociedad civil para centrar el debate en torno al ser humano; no obstante, advierte que se están priorizando en el evento los temas relacionados con la tecnología y el mercado.

□ Sally Burch



Construyendo el camino hacia Ginebra



Cumbre Mundial *sobre la Sociedad de la Información*

“Concebimos sociedades de la información y la comunicación que sean incluyentes, fundadas en la dignidad humana, los derechos humanos y el diálogo intercultural para el avance de la paz mundial, en un ambiente libre de la violencia y el odio. Sociedades donde cada ciudadano(a) tenga la oportunidad no solo de acceder a la información, sino también de producirla y ejercer su creatividad. Sociedades que movilicen la solidaridad global para superar las inequidades sociales y geográficas y contribuyan a una distribución más equitativa de los recursos tecnológicos e informativos”.

Esta visión fue planteada por las organizaciones de la sociedad civil en el proceso preparatorio de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CM-SI). Se contrapone a la tendencia domi-

nante que coloca a la tecnología al centro de la llamada “Sociedad de la Información”, y que identifica al mercado como el único marco válido para impulsar el desarrollo.

Es cierto que el discurso oficial se hace eco de una visión centrada en los seres humanos y la solución de los problemas sociales, como objetivos generales de esta Cumbre, que tendrá lugar en Ginebra en diciembre del 2003, con una segunda fase en Túnez en 2005. Esto en sí es un avance. Sin embargo, el enfoque centrado en la tecnología y el mercado se evidencia en los temas que se están priorizando: primero, el establecimiento de un marco regulatorio para la nueva economía digital, con énfasis en la desregulación para favorecer la competencia, facilidades para el comercio electrónico y nuevos mecanismos pa-

ra controlar el cibercrimen y vigilar el uso de las redes electrónicas para actividades subversivas; y segundo, los incentivos para promover las inversiones privadas en infraestructura tecnológica en los llamados “países en desarrollo”.

Al respecto, vale señalar que en la ONU, hablar de “desarrollo” prácticamente está vedado, pues es interpretado como la transferencia de recursos de Norte a Sur. Si bien algunos gobiernos, como el de Brasil, lo han planteado con fuerza, la tendencia -sobre todo de los gobiernos del Norte- es poner por delante los *multistakeholder partnerships*, o sea, convenios de asociación entre los diferentes actores involucrados -gobiernos, sector privado, organismos internacionales, sociedad civil-, que significaría captar fondos del sector privado. Hasta ahora, sin embargo, las

empresas del sector de comunicaciones, con la crisis bursátil de por medio, han mostrado poco interés en tal eventualidad.

COMPARTIR CONOCIMIENTOS

En el camino a la cita de Ginebra, el avance en la formulación de propuestas de parte de la sociedad civil ha sido, sin duda alguna, uno de los logros más significativos de este proceso, en cuyo marco la Campaña por el Derecho a la Comunicación en la Sociedad de la Información (CRIS) ha tenido un rol de liderazgo reconocido.

Las propuestas de sociedad civil ante la CMSI priorizan las necesidades humanas de información y conocimientos, en función del desarrollo humano, la participación democrática y el fomento de la diversidad e intercambio cultural. En las sociedades de la información y la comunicación, ello plantea nuevos retos que esta Cumbre debería abordar.

“El conocimiento y la creatividad están en el corazón de la sociedad de la información. La diversidad y la pluralidad del conocimiento cumplen un rol crucial. El conocimiento es el patrimonio de toda la humanidad. Es un recurso ilimitado, que crece y es enriquecido cuando es compartido”, característica que lo diferencia de los bienes materiales.

La digitalización y las redes electrónicas han facilitado enormemente la posibilidad de compartir y multiplicar información y conocimientos, incluyendo los propios programas informáticos para procesarlos. Esta misma posibilidad es vista, sin embargo, como una amenaza por aquellas empresas que pretenden un control privado de la distribución de información, software y contenidos culturales. De allí la prioridad dada a los derechos de propiedad intelectual (DPI) de los bienes intangibles, en el marco de instancias como la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), como también las presiones sobre los gobiernos nacionales para acatarlos.

Tales medidas tienden a restringir el libre flujo de información y conocimientos y a coartar la creatividad. Frente a ello, las instancias ciudadanas proponen mecanismos para hacer accesible, proteger y promover aquellas informaciones y tecnologías que estén en el “dominio público”, o que puedan ser utilizadas libremente (siempre con el debido reconocimiento a la fuente de origen), y no pueden ser privatizadas. Al mismo tiempo, para aquella

“

El discurso oficial se hace eco de una visión centrada en los seres humanos y la solución de los problemas sociales, como objetivos generales de esta Cumbre, que tendrá lugar en Ginebra en diciembre del 2003, con una segunda fase en Túnez en 2005.

Esto en sí es un avance

”

información bajo control privado, se considera que los regímenes de DPI deberían reflejar un equilibrio más justo entre los derechos de los autores y creadores a un debido reconocimiento y remuneración, el interés público y el derecho de los distribuidores intermediarios. El actual régimen de DPI se percibe como demasiado inclinado hacia los últimos.

LOS SISTEMAS ABIERTOS

La noción del “dominio público” abarca un ámbito mucho más amplio que sólo los contenidos. Reconociendo el aporte fundamental de los medios de comunicación como fuentes de información, las propuestas ciudadanas enfatizan en la necesidad de fomentar el desarrollo de medios de comunicación en la esfera pública. Esto es, medios con una vocación de servicio público, que no estén bajo el control ni de gobiernos, ni de intereses privados particulares. Especial énfasis se pone en los medios comunitarios y demás órganos de difusión que dan expresión a la diversidad cultural y lingüística. A la par, se plantea una legislación para impedir la concentración de la propiedad de los medios, que representa una amenaza a la pluralidad y la democracia.

En el plano tecnológico, se considera que los gobiernos deben asegurar la implementación de estándares abiertos y co-

munes para las comunicaciones internacionales en general. Los estándares privados (como los que imponen ciertas empresas de telefonía celular) impiden comunicar libremente y encarecen los costos. El proyecto de Declaración de los gobiernos reconoce esta necesidad, pero aún no existen propuestas concretas para su implementación en el marco de la Cumbre.

Asimismo, se considera que los recursos limitados como las ondas radiales deben ser considerados bienes comunes de la humanidad -como tradicionalmente ha sido el caso- y asignados por los gobiernos bajo criterios democráticos, respetando el interés público, y bajo ningún concepto se debe permitir su privatización.

En el proceso de preparación de la CMSI, varios participantes recordaron que el propio Internet y el World Wide Web, y muchas otras aplicaciones tecnológicas, fueron desarrollados por la sociedad civil, bajo un concepto de sistemas abiertos. La empresa privada no tuvo esa visión, y constantemente jala hacia los sistemas cerrados. El interés público exige que los gobiernos garanticen el funcionamiento de los sistemas abiertos. Esta tensión entre, por un lado, los sistemas abiertos, el dominio público y la protección de los bienes comunes globales, y por otro, los sistemas cerrados, la privatización y los derechos de propiedad intelectual, está subyacente a muchos de los debates de la Cumbre.

TEMAS PENDIENTES

Diversas propuestas priorizadas por la sociedad civil han sido recogidas por los gobiernos, al menos en calidad de buenas intenciones, como el respeto del marco de los derechos humanos, el acceso a los servicios sociales y de información particularmente en zonas rurales, la transparencia gubernamental, la promoción de la diversidad cultural o la protección del medio ambiente. Otros, en cambio, aún brillan por su ausencia: como el enfoque de género.

Asimismo, el tratamiento de algunos temas deja mucho que desear: así, por ejemplo, la educación -tema clave de la Sociedad de la Información- es tratada con un enfoque orientado casi exclusivamente al “ciberaprendizaje” y a la incorporación de Internet en las salas de clase, como si fuera un fin en sí mismo, sin considerar la necesidad de reconceptualizar la educación como un proceso de aprendizaje permanente y de formación para la crea-

ción y apreciación crítica de los conocimientos.

También hay varios temas que provocan preocupación. Uno de ellos es el tratamiento dado a la seguridad informativa y la lucha contra el cibercrimen, particularmente por parte de Estados Unidos, pues los programas impulsados por aquel país en esa materia representan una grave amenaza a los derechos civiles y a la privacidad de las comunicaciones.

Existe asimismo inquietud de que la Cumbre podría abrir las puertas a nuevas amenazas a la libertad de expresión, particularmente en el ámbito de Internet.

Muchos(as) participantes y observadores de este proceso tienen desde ya serias dudas en cuanto a los eventuales resultados de la Cumbre, debido al enfoque mercantilista y la escasa voluntad de los gobiernos de asumir compromisos reales, que se evidencia, entre otros, en la falta de avance en los contenidos y el bajo perfil de la mayoría de las delegaciones oficiales. También es tema de preocupación que, siguiendo el ejemplo de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sustentable en Johannesburgo en 2002, esta nueva Cumbre de la Organización de Naciones Unidas ha otorgado un lugar sin precedentes al sector privado -incluyendo la acreditación de empresas particulares- que formalmente ocupa un sitio igual al de sociedad civil.

La actitud de Estados Unidos levanta también serios cuestionamientos. Luego de haber intentado inicialmente bloquear la realización de la Cumbre, este país ha pasado a intervenir en casi todos los eventos preparatorios, con una agenda centrada en la seguridad y en las condiciones para las inversiones privadas. Participó, como correspondía, en la Conferencia Regional de Europa occidental y Norteamérica; pero además, -para sorpresa de los países de la región- también tuvo voz y voto (junto con Canadá) en la conferencia regional de América Latina y el Caribe (Bávaro, República Dominicana, enero 2003); e incidió directamente en la conferencia de Asia-Pacífico.

No obstante tales dudas e inquietudes, es destacable que se ha logrado abrir el temario y poner en agenda aspectos de las sociedades de la información y la comunicación que la comunidad internacional está llamado a abordar.

Pero sobre todo, más allá de lo incierto y ambiguo del proceso oficial, no cabe duda que, dentro o fuera de las esferas formales, este proceso está permitiendo crear puentes entre sectores ciudadanos preocupados por la problemática -como es el ca-

“

Las propuestas ciudadanas enfatizan en la necesidad de fomentar el desarrollo de medios de comunicación en la esfera pública. Esto es, medios con una vocación de servicio público, que no estén bajo el control ni de gobiernos, ni de intereses privados particulares

”

so de la Campaña CRIS, o el trabajo colectivo sobre contenidos y temas- y ampliar el ámbito de la discusión y reflexión sobre temas que serán cruciales para el porvenir de la humanidad.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA “SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN”

Los medios de comunicación, su rol en la Sociedad de la Información, la defensa de la libertad de expresión y el respaldo a los medios comunitarios, es un tema que suscitó una fuerte polémica en el proceso preparatorio de la CMSI.

Luego de un debate difícil, el grupo de trabajo formado en el seno de sociedad civil sobre medios de comunicación logró elaborar una propuesta de consenso que afirma que la libertad de expresión, la libertad de los medios y la independencia editorial son centrales para cualquier concepción de Sociedad de la Información. Además de reafirmar el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (sobre libertad de expresión), subraya que éste debe implementarse para todos los medios, no importa la tecnología que utilicen.

El pronunciamiento afirma que las nuevas tecnologías de la información y comunicación fortalecerán el importante rol de los medios tradicionales, como la

radiodifusión y la prensa impresa. Proponer, además, que la legislación para asegurar la participación de todos(as) en la Sociedad de la Información debe: Promover y defender la existencia y el desarrollo de medios libres e independientes; alentar el pluralismo y la diversidad de propiedad de los medios de comunicación y evitar una concentración excesiva; reconocer el rol específico y crucial de la radio-teledifusión y los medios comunitarios; y transformar a los medios controlados por los Estados en organizaciones con independencia editorial.

También pide estándares internacionales de derechos laborales y protección social para todos(as) los trabajadores(as) mediáticos. Y afirma que la formulación de los estándares profesionales y éticos en el periodismo son responsabilidad de los/as propios profesionales de los medios.

Los diversos actores en este debate expresaron una amplia diversidad de posiciones, que si bien logró acuerdos sobre estos temas centrales, también expresó fuertes diferencias: hay un rechazo frontal, por ejemplo, de ciertas organizaciones a toda referencia al “derecho a la comunicación”. Las asociaciones de medios de comunicación, acreditadas ante la Cumbre como sociedad civil, en muchos casos parecieron estar defendiendo más bien una postura de empresa privada. En cambio, los medios comunitarios y alternativos, que han tenido una presencia más numerosa en éste que en anteriores procesos preparatorios de Cumbres de la ONU, defienden posiciones a favor de la democratización de la comunicación. Su énfasis en la defensa del espectro radioeléctrico, y en las garantías necesarias para la operación y el fomento de las radios comunitarias, ha recibido poca simpatía de los sectores alineados con los medios comerciales. Están, además, las asociaciones por la defensa de la libertad de expresión y los sindicatos de trabajadores mediáticos.

La polémica se extendió al debate con los gobiernos, algunos de los cuales defienden posiciones pro-empresariales, mientras que otros tienen un cierto recelo ante la libertad de expresión.

DERECHOS HUMANOS EN LA MIRA

Un reconocimiento más firme de los derechos humanos, particularmente en el ámbito de la comunicación, se destacó entre las preocupaciones de las organizaciones de la sociedad civil durante el proceso de preparación de la CMSI.

Los siete temas ineludibles planteados por la sociedad civil de cara a la CMSI:

1. Desarrollo Sustentable

Una Sociedad de la Información equitativa necesita estar basada en la economía sustentable, el desarrollo social y la justicia de género. Está no puede ser lograda solamente mediante las fuerzas del mercado.

2. Gobernabilidad Democrática

Las TIC deberían facilitar la gobernabilidad democrática y fomentar la participación de ciudadanos y ciudadanas. Deben ser establecidas estructuras de gobernabilidad transparentes y confiables, a nivel local, nacional e internacional.

3. Alfabetización, Educación e Investigación

Solamente ciudadanos y ciudadanas informadas y capacitadas, con acceso a los medios y productos de investigación plural, pueden participar y contribuir en las Sociedades del Conocimiento. Es necesario crear, extender y asegurar facilidades y herramientas que permitan un aprendizaje duradero y sostenido.

4. Derechos Humanos

Los marcos existentes de Derechos Humanos deberían ser aplicados e integrados en la Sociedad de la Información. Las TIC deberían ser usadas para promover la concientización, el respeto y el fortalecimiento de los estándares universales de Derechos Humanos.

5. Conocimiento Global de Dominio Público

El conocimiento global de dominio público constituye recursos que son piedra angular de interés público global. Ellos deben ser protegidos, expandidos y promovidos.

6. Diversidad Cultural y Lingüística

Mediante el reconocimiento de que el desarrollo cultural es un proceso vivo y en evolución, es necesario no sólo preservar sino también fomentar activamente la diversidad lingüística, la identidad cultural y el contenido local.

7. Seguridad de la Información

Las preocupaciones sobre "Seguridad de la Información" no deberían infringir de ninguna manera la privacidad de las personas y su derecho a comunicarse libremente, usando las tecnologías de comunicación e información.

“

En el proceso de preparación de la CMSI, varios participantes recordaron que el propio Internet y el World Wide Web, y muchas otras aplicaciones tecnológicas, fueron desarrollados por la sociedad civil, bajo un concepto de sistemas abiertos.

”

Entre las propuestas relacionadas se mencionan la necesidad de respetar las libertades fundamentales y los estándares laborales, en tanto garantías para obtener condiciones de trabajo seguras en la Sociedad de la Información. Es más, se ha expresado una honda preocupación por el hecho de que el tema de la seguridad en relación a las tecnologías de comunicación —uno de los más polémicos tratados en la Cumbre— están siendo “sobredimensionados a costa de los derechos de los individuos que utilizan las redes de comunicación”.

Al respecto, la sociedad civil ha formulado propuestas que señalan que “el derecho a la privacidad es un derecho humano y esencial para el desarrollo autodeterminado, con respecto a las actividades cívicas, políticas, sociales, económicas y culturales”, que “debe ser protegido en los espacios públicos, en línea, fuera de línea, en la casa y el lugar de trabajo”. Se expresó que el poder que ejerce el sector privado y los gobiernos sobre los datos personales incrementa el riesgo de abuso, incluyendo el monitoreo, la vigilancia y la discriminación, y que por lo mismo, “debe estar controlado y regulado legal y tecnológicamente. La recolección, la retención, el uso y la revelación de datos personales, sin importar por quien, deberían permanecer bajo el control de y ser determinado por el individuo concernido”.

Una mayoría de organizaciones de la sociedad civil presentes en el proceso de reuniones y consultas previo a la Cumbre de Ginebra ha optado por trabajar colectivamente en la producción de propuestas

de contenido. Tales propuestas incluyen la preparación de declaraciones conjuntas, combinado con presiones sobre las delegaciones gubernamentales para que adopten un enfoque de la “Sociedad de la Información” más centrado en el ser humano, propuestas que se coordinaron a través del “Grupo de Trabajo de Contenidos y Temas” de la sociedad civil.

LOS PUNTOS POLÉMICOS DE LA CUMBRE

En el proceso preparatorio de la CMSI se evidencia un excesivo énfasis en las soluciones del mercado, como si éstas fueran las únicas vías para transitar y construir la Sociedad de la Información. En la mayoría de los documentos oficiales se menciona al sector privado como un eje transversal de casi todos los temas: “es indispensable que las políticas públicas fomenten la inversión y el espíritu empresarial”, “confianza para las actividades empresariales”, “marcos legislativos para favorecer las transacciones electrónicas y la propiedad intelectual”, “creación de un entorno favorable para que el sector privado efectúe inversiones”.

La tendencia “tecnológico-mercantil” plantea construir la Sociedad de la Información a partir de un “acuerdo digital mundial” en el que participarían los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil, bajo un esquema de división del trabajo y de responsabilidades. “Los gobiernos crean un entorno de reglamentación estimulante y conceden incentivos fiscales, las empresas aportan la tecnología y ponen a disposición aplicaciones sencillas, las organizaciones no gubernamentales inician campañas de divulgación y trabajan en el ámbito comunitario”, reza el anexo del documento “Información y comunicación para todos” presentado por Adama Samassèku, presidente del Comité preparatorio de la CMSI.

Este esquema legitima al sector privado en los procesos de las Naciones Unidas y reproduce la iniciativa fracasada y cuestionada del “Global Compact” propuesta por el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annán.

Junto con el enfoque mercantilista, los países desarrollados pusieron énfasis en una agenda de seguridad en la Sociedad de la Información. Con el argumento de combatir la utilización de las TIC por parte del cibercrimen y del terrorismo, Estados Unidos apoyó las propuestas de mantener la estabilidad y la seguridad civil y militar en el ciberespacio. Algunos delegados de

la Unión Europea, por su lado, abogaron por la adhesión de los países a la Convención sobre la Cibercriminalidad adoptada por el Comité de Ministros del Consejo Europeo el 8 de noviembre de 2001.

Voceros de la sociedad civil mostraron sus reservas sobre este punto, pues temen que con el pretexto de la "seguridad en las redes" se atente contra la privacidad de las personas y contra el derecho de comunicar libremente a través de las redes electrónicas. La organización Reporteros sin Fronteras advirtió sobre la tentativa de utilizar la Cumbre, destinada a reducir la brecha entre países ricos y pobres, para poner nuevos obstáculos a la libertad de expresión en la Internet. Agregó que en el curso de las reuniones preparatorias regionales numerosos estados habían tomado como pretexto la lucha contra las actividades criminales en la red para justificar medidas de control y de represión.

Otro tema que preocupa, principalmente a América Latina y el Caribe, son los elevados costos del software propietario y de las conexiones a Internet. Los ele-

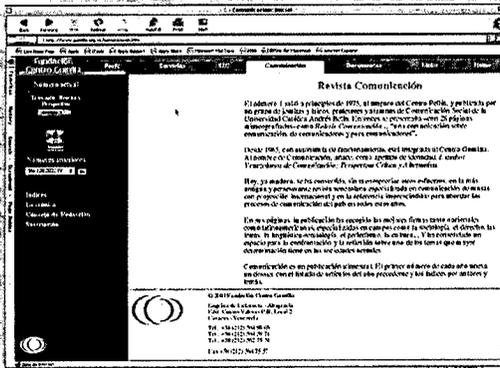
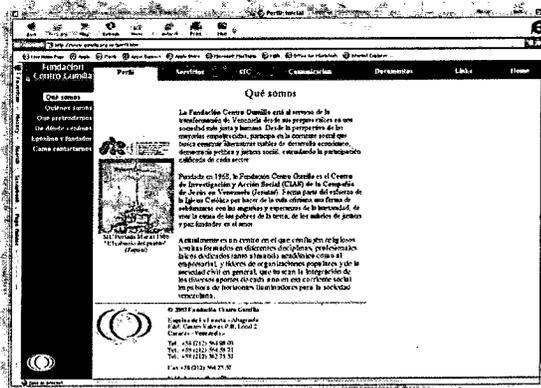
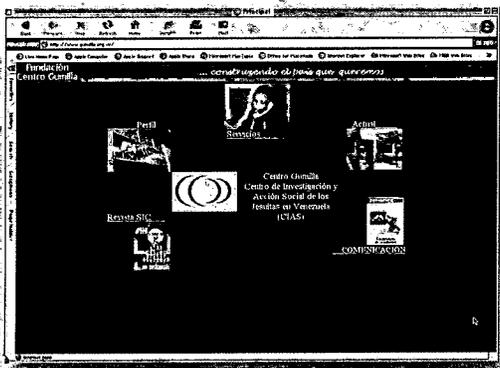
vados costos de gestión del tráfico en la Internet son un obstáculo para el acceso de los países en desarrollo, pero en particular para los sectores sociales de menores recursos. "Como es conocido, el tráfico en la Internet depende de los servidores centrales ubicados en Estados Unidos. Sin embargo, estos operadores no comparten los costos de conectividad incluso si los usuarios de Estados Unidos buscan informaciones en sitios web de otros países. Actualmente no existe ningún acuerdo internacional para compartir costos. El problema se agrava cuando se exige el pago en dólares de Estados Unidos y las monedas nacionales se devalúan constantemente", señaló Paulo Lima, secretario ejecutivo de la Red de Información para el Tercer Sector (RITS) de Río de Janeiro.

Por su lado, representantes de la sociedad civil de América Latina y El Caribe agregaron que "otro problema adicional es el altísimo costo del software propietario monopolizado por unas pocas corporaciones. El resultado de todo lo señalado es que los usuarios de los países más pobres

están pagando costos mucho más altos por las conexiones a Internet que los usuarios de países desarrollados, siendo éste un serio obstáculo serio para la superación de la brecha digital. Creemos que se debe avanzar en establecer acuerdos internacionales que posibiliten compartir los costos, establecer un trato diferenciado para los países pobres y adoptar y desarrollar software no propietario de fuente abierta".

■ **Sally Burch**
Directora ejecutiva de la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI); co-coordina el Grupo de Trabajo de Sociedad Civil sobre Contenidos y Temas de la CMSI.

Nota de la redacción: Debido a la activa participación que ha tenido Sally Burch en la preparación de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, hemos decidido compilar una serie de sus artículos, aparecidos a lo largo del año 2003, y que nos permiten acercarnos a los principales puntos en la agenda de esta importante reunión.



Buzones correo electrónico

REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve

REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve

UNIDAD DE DOCUMENTACIÓN / documentacion@gumilla.org.ve

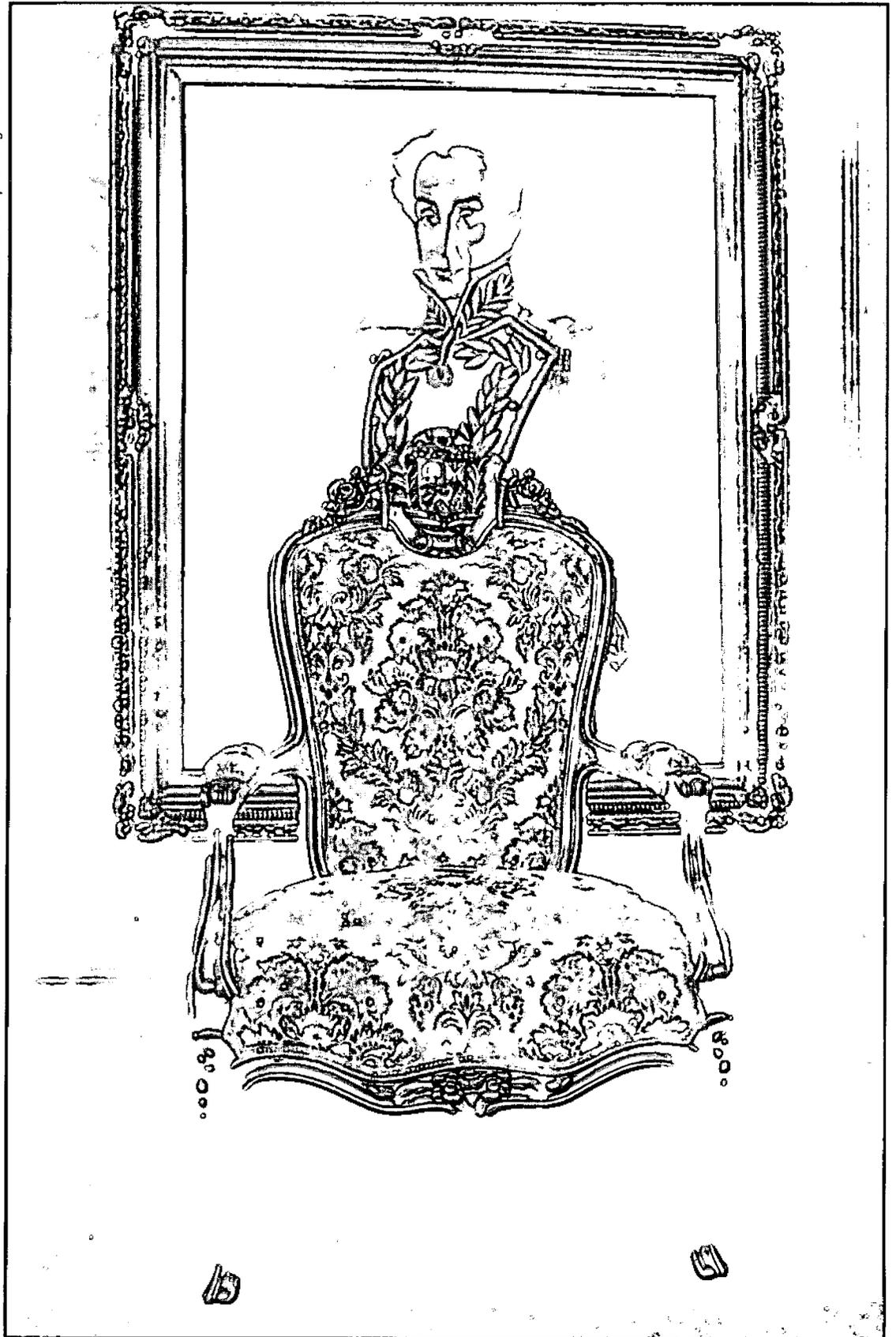
ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve

Visite nuestra página en internet

www.gumilla.org.ve

Apuntes para una discusión

Galería de Papel. Fotografía: Gabriel Osorio.



DILEMAS ÉTICOS

en la sociedad de la información

Javier Bustamante Donas se opone a la visión que califica como "instrumentalista" en la cual la tecnología es percibida sólo como una herramienta para ser utilizada con diferentes fines en diversos trabajos. Por el contrario, afirma que tanto la informática como las tecnologías de información y comunicación (TIC) cobran un poderoso papel como creadoras de metáforas y modelos para entender al hombre y a la sociedad. Este trabajo aborda desde la ética los efectos perniciosos y deshumanizadores que a criterio del autor contiene la tecnología.

■ Javier Bustamante Donas

En este artículo pretendo resumir algunas de las reflexiones que han ocupado mi trabajo en los últimos años en relación a las cuestiones éticas planteadas a partir de la implantación cada vez más profunda y extensa de un conjunto de avances en informática, matemática aplicada y tecnología de telecomunicaciones, que hoy en día se agrupan bajo la etiqueta nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Será mi propósito plantear problemas más que aportar soluciones, y recorrer un panorama no exhaustivo de las dimensiones humanas que estas tecnologías presentan. La velocidad que caracteriza su evolución hace que la obsolescencia se convierta en un riesgo inminente para cualquier análisis que pretenda reflexionar sobre una realidad en continuo movimiento, y este es un análisis que quiere simplemente servir de punto de partida de una discusión. Como tal, busca la provocación antes que el cierre, con la esperanza de que los interro-

gantes aquí abiertos encuentren respuestas tranquilizadoras en los análisis de mis colegas.

Como todavía queda en entredicho la posibilidad de una visión neutra, objetiva y desapasionada de la realidad, creo que es mi obligación hacer explícitas las sospechas que guían mi punto de vista sobre el papel de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En primer lugar, el título de mi primer libro *Sociedad informatizada, ¿sociedad deshumanizada?* expresa claramente la preocupación por los efectos perniciosos, deshumanizadores, que la informática pueda traer a la sociedad. En segundo lugar, creo que hasta ahora se ha considerado dicha tecnología como un conjunto de sofisticados instrumentos. Es decir, como medios que pueden ser utilizados para diferentes fines, en función de los cuales adquieren un valor determinado. En contra de esta visión instrumentalista, creo que la informática -y, por extensión, las TIC- cobran

un poderoso papel como creadoras de metáforas y modelos para entender al hombre, a la sociedad, y para otorgar nuevos significados a su acción social.

En este punto parece necesario distinguir dos niveles de impacto de la tecnología, según se considere la esfera de lo macrosocial o esa intrahistoria que constituye el ámbito de lo microsociedad, la vivencia de lo cotidiano. Quiero poner en duda la visión tradicional sobre la sabiduría y capacidad de control que la tecnología trae a nuestras vidas. Esta capacidad es innegable cuando se considera en un nivel macrosocial. La tecnología más avanzada, ejemplificada en el armamento y las tecnologías de uso militar, impone la razón de la fuerza en las disputas internacionales, y en este mismo sentido la humanidad en su conjunto demuestra un poder impar de transformación y adaptación a su hábitat natural. Como afirma Ortega en su *Meditación sobre la técnica*, la técnica es un inmenso aparato ortopédico que necesitamos para andar por el mundo. Es nuestro mecanismo de avance evolutivo, la victoria de la evolución humana, que no se produce como adaptación de la naturaleza del hombre a su entorno, sino transformando el mundo a través de la técnica.

Sin embargo, si consideramos los términos de dicha victoria en el nivel de las biografías particulares de los ciudadanos de las últimas décadas, cabe preguntarse si la victoria de la tecnología es tan clara y definida. Es cierto que la vida actual, al menos para una parte significativa de la población en los países desarrollados, está plagada de una serie de comodidades por las que el ser humano ha venido luchando durante miles de años. Sin embargo, cabría preguntarse si somos más dueños de nuestra propia existencia de lo que lo eran los hombres de otras épocas, o los ciudadanos de sociedades menos privilegiadas por la gracia del progreso. ¿Somos más sabios que antes, al contar con más información que ninguna otra generación precedente? Quizá se da aquí la paradoja de que la avalancha de información no es la solución para superar la ignorancia, justo lo contrario de lo que ocurre con otras necesidades humanas, que se sacian con una mayor afluencia de aquello de lo que se carece. Arthur C. Clarke defendía que cuanto más complejas y sofisticadas eran la ciencia y la tecnología, más tendían a confundirse con la magia. Con ello expresaba la posibilidad de que la simple posesión del conocimiento científico-técnico no garantice una dimensión humana más profunda, ni una ética que nos recomien-

“

Arthur C. Clarke defendía que cuanto más complejas y sofisticadas eran la ciencia y la tecnología, más tendían a confundirse con la magia. Con ello expresaba la posibilidad de que la simple posesión del conocimiento científico-técnico no garantice una dimensión humana más profunda

”

de en qué dirección y con qué ritmo debe ser empleado.

TAREAS PENDIENTES DE LA ÉTICA Y LA TECNOLOGÍA

La primera de las tareas pendientes que aún no se han abordado es la definición de marcos conceptuales que permitan mejorar la comprensión de los problemas éticos en que la tecnología está implicada. La otra tarea es la identificación de aquellas áreas en las que la relación entre seres humanos y artefactos es esencialmente problemática. ¿Cómo identificar estas áreas en las que la intervención de la ética es posible e incluso deseable? La marca que caracteriza las áreas donde esta interacción es problemática aparece en aquellos contextos en que el ordenador crea nuevas posibilidades de acción, o cuando los modelos y metáforas extraídos del mismo perfilan nuestra experiencia del mundo. En ambos casos tendríamos que hacer frente a la emergencia de nuevos valores sociales y nuevos patrones de comportamiento social.

En el primer caso podemos encontrar ejemplos como las biotecnologías, las tecnologías reproductivas y el Proyecto Genoma Humano en particular, a través del cual se amplía la posibilidad de intervención del ser humano sobre sus propias características genéticas, creando así un po-

der de autotransformación de la especie. Aquí el tratamiento automático de la información genética da a la acción humana un extraordinario alcance, para cuyo control responsable se precisa un nuevo marco ético.

También corremos el riesgo de pasar por alto los verdaderos cambios que las TIC causan en nuestras vidas, tan inmateriales como el núcleo mismo de la transformación social: la información. El detonante de estos impactos es la profunda asincronía existente entre un ritmo de innovación tecnológica con una tasa exponencial de crecimiento y la capacidad humana de asimilación, de reflexión, de comprensión de las nuevas situaciones y adaptación a ellas mediante la creación de nuevos valores, normas y estilos de vida renovados, que crece en proporción aritmética -si es que crece-. Esta asincronía provoca una divergencia cada vez mayor entre el entorno de la información, que evoluciona tan rápidamente, y la adecuación de las respuestas vitales de los individuos, al quedar obsoletos tanto los sistemas normativos como las estructuras educativas. Esta anomia permanente será una característica fundamental de la Sociedad de la Información, acompañada quizá de un nuevo escepticismo. Esta actitud escéptica nacería de dos factores. En primer lugar, la multiplicidad y fragmentación de las fuentes de información, ofreciendo frecuentemente descripciones o interpretaciones contrapuestas de un mismo hecho. En segundo lugar, la volatilidad de dichos medios, la velocidad con que nuevas empresas mediáticas nacen y mueren, su carácter meramente empresarial, los cambios de orientación en función de la titularidad del accionariado. Todo ello hará cada vez más difícil la creación de una historia de experiencia en la cual se fundamente la credibilidad de los medios por parte de los ciudadanos.

En el segundo caso tenemos la aparición de la llamada realidad virtual, fenómeno tecnológico por el cual la vivencia de lo que es originariamente un simple videojuego se hace más y más cercana a los mecanismos de percepción, de tal manera que el concepto de medio se diluye, hasta llegar al ideal de una realidad simulada indistinguible de cualquier patrón físico. La realidad virtual crea así un nuevo espacio de actuación y percepción, una realidad transformada por el ordenador, que puede hacer que acabemos olvidando cómo digerir la realidad cruda. De alguna forma, esta tendencia ya se puede observar en las vivencias de la conciencia pura

de los espectadores de telenovelas y culebrones, para muchos de los cuales las aventuras y desventuras de personajes de cartón piedra generan más emociones que lo que le ocurre a la gente de carne y hueso en su vida cotidiana, y se sufre más la tragedia de opereta de los protagonistas de turno que la miseria humana que podemos contemplar día a día con nuestros propios ojos.

Si contemplamos la naturaleza de la tecnología desde el punto de vista antropológico, podremos ver que las máquinas han sido tradicionalmente contempladas como extensiones artificiales de las capacidades naturales del hombre, como proyecciones de nuestros órganos corporales. Desde Aristóteles, y aún en las obras de comienzo de este siglo de Kapp y Lafitte, esta idea se ha esquematizado en diferentes tipologías de órganos naturales humanos y extensiones no humanas. En la segunda parte del siglo XX la idea de órgano humano se ha extendido hasta abarcar, en términos ya empleados por McLuhan, medios electrónicos como extensiones de nuestro sistema nervioso. De esta forma, los aparatos que nos rodean quizá nos dicen más de lo que somos que otro tipo de textos en sentido más tradicional. Leer la tecnología como texto nos permite descubrir lo que cuenta de nosotros mismos, y a la vez pone en evidencia lo que oculta, ya que sólo se muestra habitualmente el producto tecnológico acabado, casi siempre sin referencia alguna a las biografías de aquellos que lo hicieron posible ni a las motivaciones que los guiaron, ni a los intereses que promueven, ni a los hábitos y modos de actuar que encarnan. El análisis del origen del fax que desarrolla Nicholas Negroponte en *La sociedad digital* es un buen ejemplo de cómo combatir este olvido de la génesis social de la tecnología.

LA TECNOLOGÍA COMO CREADORA DE AMORES, MIEDOS Y FOBIAS (CIBERFILIAS Y CIBERFOBIAS)

Como ya he indicado anteriormente, una de mis propuestas de discusión parte de la sospecha según la cual el ordenador como instrumento y en su papel de creador de metáforas y modelos, representa un reto peculiar a una serie de valores humanos fundamentales. Esto se manifiesta no sólo en estudios especializados sobre la influencia de la informática en diferentes áreas de la actividad humana, sino también en una actitud aprehensiva por parte de diversos grupos sociales sobre el papel que la tec-

66

El ordenador como instrumento y en su papel de creador de metáforas y modelos, representa un reto peculiar a una serie de valores humanos fundamentales.

99

nología puede llegar a jugar en la sociedad. Como vamos a mostrar en este apartado, esta ansiedad se manifiesta en una variedad de facetas humanas.

El poder intimidatorio del ordenador, causante de estas respuestas fóbicas, deriva no sólo de su gran capacidad de memorización de datos personales de variado contenido que puedan componer un perfil informático de los individuos, sino también de su creciente velocidad de tratamiento de la información almacenada. Con la aparición de la Inteligencia Artificial y los sistemas expertos, surge una nueva dimensión que aumenta este desasosiego, ya que entre sus objetivos figura la construcción de ordenadores que aprendan a manejar racionalmente la información que almacenan, y que extraigan consecuencias de dicho conocimiento de manera que sobrepasen la capacidad intelectual humana.

Esta ansiedad por las máquinas no es, como pudiera parecer a primera vista, un fenómeno característico de la era informática. A lo largo de la historia, podemos encontrar testimonios culturales que atestiguan la existencia de una continua guerra entre el hombre y la máquina o, digamos, su entorno técnico. En dichos testimonios la máquina aparece como un agente deshumanizador que ataca la imagen y la confianza que el ser humano tiene de sí mismo, la libertad en sociedad de la que pretende disfrutar, el desarrollo de su madu-

rez ética. Podemos retrotraernos hasta los tiempos en que Lao-Tsé denunciaba como antinatural la construcción de puentes y caminos hechos por la mano del hombre, o cuando el poeta Rushkin lanzaba sus diatribas contra la construcción del ferrocarril, culminando con la figura de Ned Ludd, el trabajador que destruyó durante la Revolución Industrial un telar mecánico, anticipando el efecto que la mecanización y la automatización tendrían posteriormente sobre el empleo.

El ordenador pasa de la ciencia a la imaginación popular como una entidad que nunca olvida hechos, símbolos y números, que puede encontrar conexiones entre datos que pasarían desapercibidas para ojos humanos, cuya efectividad es extraordinaria cuando se emplea para labores de monitorización y control, pudiendo así espiar las más íntimas relaciones humanas. A veces dicha fuerza amenazante se muestra en su imagen en una serie de metáforas que enfocan al hombre desde un punto de vista más artificial que humano.

Otros autores han defendido que el ordenador no es más que una herramienta que toma el carácter y los fines de los usos a los que se dedica, quizá una herramienta universal dada su versatilidad formal. Sin embargo, esta metáfora es demasiado débil y pasiva para explicar la ciberfilia y la ciberfobia, pues el ordenador es también un diseñador de actitudes: afecta a la disposición psicológica de aquellos que los usan, a su autoimagen, creencias, motivaciones, expectativas, etc. A través de su influencia en las ciencias cognitivas, está teniendo también un impacto psicológico, al sugerir formas particulares, divergentes con respecto a la tradición humanística, de concebir al ser humano. La concepción de la mente como una clase de dispositivo de procesamiento de información va en ese camino. El ordenador es, mucho más que una simple herramienta. Esta es una de las razones por las que las distintas fobias relacionadas con la tecnología, en general, y los ordenadores, en particular, no deben verse como patologías individuales, sino como procesos culturales y expresión de la forma en que ciertos modelos y metáforas creados en el ámbito de la ciencia y la tecnología pasan a formar parte de la imaginación popular.

También podemos señalar ejemplos de una dinámica de signo aparentemente opuesto. El nacimiento de ciberfilias, de actitudes que responden a la necesidad de incorporar el ordenador u otro tipo de aparatos afines (videojuegos, etc) como elementos integrantes en nuestras vidas.

La identificación con la máquina caracteriza la cultura de los llamados hackers (piratas o fanáticos de la informática, según se mire), haciendo del ordenador extensión insoslayable de su trabajo intelectual y mediador de su comunicación y relación con el mundo exterior. Las ciberfilias se manifiestan además en un nivel institucional más paradójico. Por ejemplo, cuando un ministerio de educación (no apunto a nadie) piensa que introducir ordenadores en las escuelas supone de forma automática aumentar la calidad de la enseñanza. La confianza en los datos ofrecidos por dispositivos de todo tipo que incorporan microprocesadores muestra otro ejemplo de ciberfilia. ¿Quién se ha parado a pensar alguna vez si el resultado de una operación aritmética realizada por un ordenador es correcta? Confiamos ciegamente en la medición del aparato, en el cálculo de la calculadora, en la ordenación del ordenador, sin que nada garantice que sea oro todo lo que reluce. De hecho, una de las versiones del procesador Pentium 66 Mhz realizaba cálculos erróneos por culpa de un fallo de diseño en la unidad de coma flotante. Un matemático lo descubrió en su casa cuando jugaba con su ordenador. Nadie se había planteado seriamente que dicho fallo podría existir. Quizá la propia empresa conocía dicho defecto, pero no quiso hacerlo público por razones de imagen. No sabemos hasta qué punto son frecuentes estos problemas, pero sí sabemos que hay máquinas muy delicadas cuyas funciones de control están delegadas a estos dispositivos. Pensemos en los sistemas de control de avión, o en las máquinas de cobaltoterapia, etc. Cuando dentro de poco tiempo tengamos programas de dictado y reconocimiento de voz que sean suficientemente fiables y que reconozcan con más facilidad los giros, las expresiones y la forma de hablar del usuario, me pregunto cuánta gente conservará en un futuro próximo la capacidad de escribir a mano, o incluso de teclear en el ordenador.

TECNOLOGÍA Y LIBERTAD HUMANA

La descripción de la informatización como búsqueda de una eficacia totalizadora plantea nuevas cuestiones acerca de la relación entre la acción tecnológica-eficiente y la acción plenamente humana, dada la conexión aún por explorar entre eficiencia técnica y libertad humana. Por definición, la búsqueda a ultranza de la eficacia supone una limitación para la libertad humana. Cuando una cierta tarea puede definirse de

“

Con el invento de la pólvora, la tecnología puso mayor distancia entre uno y otro, y con ello descendió el nivel de motivación necesario para asesinar. Con una ametralladora se pueden matar más enemigos por unidad de tiempo y a mayor distancia -sin que salpique su sangre-, lo cual hace que sea más fácil matar al enemigo sin crear problemas de conciencia

”

forma algorítmica, siempre hay una solución óptima obtenible por cálculo a partir de una serie de premisas y de unas reglas lógicas. Dicha solución sería única, y marcaría los pasos a dar para completar la tarea maximizando el criterio de eficacia. Por lo tanto, las formas alternativas de ejecución serían infravaloradas con respecto a la solución técnica, acotando así el ámbito de acción racional. No creo que sea preciso demostrar que los valores humanos no son fácilmente cuantificables, y por tanto no son susceptibles de actuar como criterio a maximizar dentro de la lógica tecnológica.

Esta tendencia se ha consolidado a nivel social a través del modelo burocrático como metáfora de mente colectiva, en el que la base del comportamiento institucional reside en un proceso racional de toma de decisiones basado en un conocimiento objetivo y el cálculo científico de evaluación de las alternativas posibles, con el consiguiente aumento de la capacidad de control social. A nivel teórico, este fenómeno se ha plasmado en el florecimiento de las ciencias del *management* y la administración, particularmente la teoría de sistemas, la investigación operativa y la programación lineal. Con estas y otras

técnicas de eliminación de la indeterminación en el funcionamiento del sistema, se refuerza la fiabilidad y la eficacia de la organización, aumentando la predictibilidad de los resultados.

Al mismo tiempo existe una supremacía de lo cuantitativo frente a lo cualitativo en tanto que el ordenador precisa información que será traducida en términos numéricos para poder ajustarse a su particular forma de almacenamiento y tratamiento, y de esta forma se impone su metáfora como modelo para el correcto funcionamiento social: la sociedad digital. Una tecnología cada vez más sofisticada extiende su tiempo y su dirección a más aspectos de la existencia humana. Ambas dialécticas caminan en sentidos opuestos, pero en cualquier caso acaban llegando a la misma conclusión: el desarrollo y uso continuado de herramientas, mecanismos y procedimientos informáticos produce una tendencia hacia una intervención más intensa y profunda de la informática en los asuntos humanos.

El término sociedad digital ha sido sin duda una forma brillante de definir el nuevo entorno vital en las sociedades tecnológicamente avanzadas, especialmente por el juego de palabras al que da lugar su paradójico significado. Efectivamente, la sociedad digital parece ser aquel nivel de desarrollo social donde la informática basada en la lógica binaria juega un papel paradigmático y definidor a través de procedimientos regulados según su lógica binaria, lo cual también se extrapola a todos los niveles de la vida cotidiana. Sin embargo, también es interesante referirse a la misma como aquella sociedad en la que lo que realmente cuenta es el dedo, y no el cerebro. Donde la acción física sobre el mundo pasa a ser sustituida por la mística del mando a distancia, que permite ejercer un poder sobre los objetos tecnológicos sin necesidad de tocarlos o, al menos, con sólo apretar un botón. Donde el poder mundial está simbolizado por el botón nuclear, y la gloria que la historia siempre ha reservado por extrañas razones a los guerreros, se otorga hoy en día a aquél cuyo dedo se asocia a dicho botón.

En otros términos, nos encontramos frente al riesgo de una sociedad que se vacuna contra la necesidad de un sólido criterio de la responsabilidad ética al aumentar la distancia efectiva entre el agente y el objeto de la acción intencional. Por ejemplo, en los tiempos en que se luchaba con cuchillos y espadas, los combates eran cuerpo a cuerpo; la presencia física del enemigo, la inmediatez del drama, el su-

dor y la sangre de los cuerpos enzarzados hacían necesaria una motivación muy fuerte para eliminar al rival. Con el invento de la pólvora, la tecnología puso mayor distancia entre uno y otro, y con ello descendió el nivel de motivación necesario para asesinar. Con una ametralladora se pueden matar más enemigos por unidad de tiempo y a mayor distancia -sin que salpique su sangre-, lo cual hace que sea más fácil matar al enemigo sin crear problemas de conciencia. Con la informática aplicada al arte de la guerra, el sentimiento de responsabilidad moral, inversamente proporcional a la distancia y al poder que la tecnología pone en nuestras manos, alcanza un punto grotesco en el que la humanidad puede desaparecer simplemente por el poder de un gesto, por la acción de apretar un botón por parte de aquellos que ostentan el poder digital.

CONSECUENCIAS ÉTICAS DE LA METÁFORA DEL COMPUTADOR

La tecnología no cobra relevancia sólo desde su consideración instrumental, sino también en su papel de creadora de metáforas y modelos para definir conceptos básicamente humanos. En este sentido la famosa metáfora del computador adquiere una relevancia especial cuando se aplica al terreno de la toma de decisiones (decision-making). El ordenador aparece en escena no sólo como el instrumento, sino el paradigma ideal de toma de decisiones al ser rápido, fiable, capaz de absorber y manejar cantidades ingentes de información que digiere y transforma sin esfuerzo. No sólo se utiliza para potenciar este proceso, sino que es además una herramienta que expande y amplifica la capacidad intelectual humana, delimitando a su vez el área de problemas que pueden ser racionalmente tratados, redefiniendo y recortando la noción misma de problema. Sólo aquello que es susceptible de ser tratado de forma numérica o simbólica, en términos de valores discretos, cuantitativamente, aquello que arroja una solución óptima única en un número finito de pasos, con una entrada de datos también definibles en forma numérica o simbólica, puede ser definido como problema.

Aquellas cuestiones que no aceptan tal reducción, bien en función del carácter de la particular capacidad de juicio necesario para tomar una decisión correcta, bien en función del tipo de datos necesarios -como es el caso de los discursos de alta riqueza semántica propios de la poe-

“

En una sociedad entendida según el modelo de una tecnología ajena a las grandes cuestiones éticas, donde la sincronía y funcionalidad de todos y cada uno de los componentes son factores esenciales para su correcto funcionamiento, queda cada vez menos espacio para el ser humano

”

sía, ética y las diversas modulaciones de la filosofía-, son calificados de pseudo-problemas. Los problemas se resuelven; los pseudo-problemas, se disuelven, según el famoso aforismo de la filosofía analítica terapéutica. Todo ello tiene su justificación en el tipo de refrendo que el pensamiento algorítmico ofrece frente al pensamiento integrador humano: la solución algorítmica se presenta a sí misma como reproducible, intercambiable, previsible, fiable, consistente, acorde a reglas que pueden explicitarse y analizarse, carente de prejuicios, desapasionada, neutral y científica.

Cuando un problema es definible en términos algorítmicos, puede aplicarse el ordenador como instrumento o cualquiera de sus metodologías asociadas para su resolución. Sin embargo, cuando un problema no es resoluble en términos algorítmicos, como es el caso de los problemas ético-sociales, se aplica directamente, con toda su fuerza explicativa, la metáfora del ordenador. El conflicto social queda reducido a un problema de comunicación entre componentes discretos de un gran sistema cibernético-social. Los elementos culturales diferenciadores son eliminados en nombre de una lógica de la

eficacia que convierte al planeta en un gran mercado único.

En definitiva, la voluntad de control, de dominio, de definición de nuevos espacios de mercantilización de la vida humana se ha vuelto más poderosa, imperiosa y urgente que la necesidad de comprender, de interpretar la realidad, y dicha voluntad supone un afán de conquista que aplasta en su camino todo lo que no entiende o no tiene medios para utilizar en su autónomo beneficio. Quizá no se consiga una sociedad más ética con la simple promoción de nuevos sistemas sociotécnicos o tecnocientíficos, sino con un conjunto de metáforas de identidad del ser humano y de acción más allá de la ciencia y la tecnología. Siguiendo el viejo lema de la mancha de mora, con mora verde se quita, parece que todos los problemas creados por la tecnología tienen su solución en el empleo de nuevas formas y medios tecnológicos. Lo mismo ocurría con el sistema ptolemaico. A cada constatación de una disconformidad entre las posiciones calculadas de los astros en el firmamento según los parámetros del modelo y la observación pura y dura, se introducía alguna modificación ad hoc en los círculos y epiciclos que definían las órbitas celestes. Cuanto más complejo se hacía el sistema para responder a las necesidades de navegantes y astrólogos, más se alejaba de la realidad. A pesar de ajustarse cada vez mejor sus predicciones a los fenómenos observables, no vencía por ello la infinita distancia entre su concepción del cosmos y la realidad.

En una sociedad entendida según el modelo de una tecnología ajena a las grandes cuestiones éticas, donde la sincronía y funcionalidad de todos y cada uno de los componentes son factores esenciales para su correcto funcionamiento, queda cada vez menos espacio para el ser humano y sus características esenciales: la pasión, la esperanza, la falibilidad, el dolor. “Las lágrimas y las alegrías humanas son cadenas para la capacidad de la máquina”, escribió J. Ellul en *La Sociedad Tecnológica*.

LA PARTE AMABLE DE LA CUESTIÓN: INTERNET COMO BASE DE UNA ÉTICA DE LA SOLIDARIDAD

A pesar de todo, es curioso pensar que nuevos riesgos suponen también nuevas oportunidades. Este es el caso de las así llamadas autopistas de la información. En mi opinión, Internet tiene la potencialidad de convertirse en una de las estructuras socia-

les más democráticas y participativas que las nuevas tecnologías de la comunicación hayan traído a un mundo que celebra en estos días el cincuenta aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. También es posible que en esta nueva esfera de comunicación y realidad se esté librando una de las batallas fundamentales por la libertad de expresión y, por ende, por algunos de los derechos contenidos en dicha Declaración.

Regímenes dictatoriales y países donde las libertades fundamentales quedan frecuentemente entre paréntesis, muestran un creciente celo por restringir e incluso prohibir la libre circulación de información a través de la misma. Los regímenes democráticos también han percibido que Internet es uno de los foros públicos donde el alcance del poder horizontal de los ciudadanos es mayor, donde los intereses de los actores sociales que han monopolizado habitualmente el acceso a los medios de comunicación e información (PTTs, empresas, editoriales, televisiones, etc) pueden quedar más en entredicho, e intentan actuar en consecuencia. En este caso no nos encontramos con medidas abiertamente contrarias al derecho a la libre expresión de las ideas, pero sí con campañas de sensibilización social sobre una serie de conductas delictivas llevadas a cabo a través de Internet (pornografía infantil, propaganda racista, apología del terrorismo y la violencia, etc.) que parecen pedir a gritos la censura previa y la catalogación de los contenidos de las páginas Web en supuesta defensa de los valores morales. En el fondo, resulta interesante la influencia de la tecnología en el mundo de la cultura, y cómo la tecnología puede dotar de significado a un conjunto de principios que acabarían siendo poco más que una buena declaración de intenciones. Esta relación entre tecnología y valores humanos será explorada a continuación.

Por el hecho de ser Internet una infraestructura técnica orientada a proporcionar una cobertura de comunicación barata, horizontal y de ámbito global, las libertades de pensamiento, credo y expresión no sólo deben aplicarse en toda su extensión a las actividades personales que se llevan a cabo en la red, sino que cobran aquí una relevancia que no aparece en los medios tradicionales de comunicación. Teóricamente cualquiera puede exponer sus opiniones a través de estos medios. En la práctica, sólo los grandes grupos de la comunicación y aquellos que componen los variados mecanismos del poder social tienen la posibilidad real de hacer oír su voz.

“

En la red, cualquier ciudadano se convierte en emisor y receptor a un tiempo, y la interactividad y la participación se aúpan como las reglas básicas del juego. Todas estas características son ajenas a los medios tradicionales.

”

Por el contrario, en Internet muy pocos medios son suficientes para comunicar un mensaje, para hacerlo llegar a todos los rincones del globo. Cualquiera puede crear sus páginas Web, participar activamente en foros de discusión, enviar y recibir mensajes de correo electrónico a un coste prácticamente nulo. En la red, cualquier ciudadano se convierte en emisor y receptor a un tiempo, y la interactividad y la participación se aúpan como las reglas básicas del juego. Todas estas características son ajenas a los medios tradicionales. Sin una pluralidad de fuentes no se puede hablar de libertad de pensamiento, conciencia o religión. Sin acceso a medios de alcance internacional no tiene sentido hablar de libertad de opinión y de difusión de las mismas sin limitación de fronteras.

La red aparece así como uno de los escenarios donde se dirime una de las más decisivas batallas por la libertad de expresión y, por ende, por los derechos humanos en general. Veremos cómo se llevan a cabo políticas restrictivas de las libertades mencionadas que inciden directamente sobre Internet y los derechos de proveedores y usuarios.

Aquí surge otra nueva dimensión de la relación entre ética y tecnología: Cercenando el acceso y libre uso de la tecnología se apunta directamente a la libertad de opinión y expresión. Por ejemplo, en la antigua Unión Soviética era preceptivo enviar al ministerio correspondiente una prueba de impresión de las máquinas de es-

cribir e impresoras que se utilizaran en el país. De esta forma el Estado podía identificar fácilmente el origen de un texto subversivo mecanografiado, o el de un texto fotocopiado. Esta “huella digital” de estas máquinas componía un fichero tan infame como un catálogo de presos políticos. La prohibición de antenas parabólicas para la recepción de emisiones extranjeras de televisión vía satélite en algunos países islámicos integristas también nos muestra del miedo a que la tecnología sea vehículo de transmisión de ideas que pueden hacer tambalear las conciencias, que pueden poner en cuestión el credo y las opiniones oficiales.

En los últimos años se ha podido ver cómo el interés regulador de la libertad de expresión por parte de los gobiernos se ha centrado también en Internet. En regímenes dictatoriales o de libertades restringidas se intenta censurar el acceso a la Red con la excusa de la defensa de los valores culturales frente al modelo de vida occidental. En muchos casos, el envío de correo electrónico al extranjero o la consulta de páginas Web no autorizadas trae consigo fuertes penas o cárcel. En los regímenes democráticos -es decir, aquellos que siguen el modelo de democracia occidental- contamos con actividades monopolísticas en la Red, intentos gubernamentales de clasificación y filtrado de contenidos, campañas pro censura u orientadas a la creación de alarma social y el flujo transfronterizo de información. Quizá uno de los problemas que más puedan afectar a la nueva configuración ética de la sociedad es la creación de linderos entre contenidos ilegales y contenidos inadecuados. En nombre de la protección, por ejemplo, de la infancia, se propugnan mecanismos que restringen el acceso a ciertas páginas Web de contenido inadecuado (pornografía, material para adultos, etc.) El problema está en que esta operación precisa un sistema de clasificación de contenidos, lo que en la práctica resulta inviable dado el enorme crecimiento del número de páginas Web y la diversidad de categorías que presentan. Al final, los filtros de clasificación acaban prohibiendo el acceso a sitios Internet que no tienen nada que ver con información sensible.

Ya contamos, por tanto, con un catálogo de problemas éticos relacionados con Internet. El acceso a Internet y su uso como vehículo de transmisión de ideas y de comunicación personal va sin duda a establecer nuevos criterios de diferenciación social. Individuos, empresas, colectivos sociales que no tengan acceso por razones

económicas, técnicas o de rechazo psicológico, se encontrarán en una posición precaria a la hora de definir su presente y su futuro. También el nuevo marco técnico marca una nueva frontera entre el comportamiento aceptable y el inaceptable en la sociedad telemática. Se redefinen los viejos enemigos, y así el revolucionario de ayer es el hacker de hoy. Ya que es posible crear el caos con un módem y un computador, es más que probable que el terrorismo acabe cobrando formas mucho más sutiles y peligrosas, más invisibles aunque no por ello menos dañinas para la sociedad. El terrorismo tradicional dejará paso a un terrorismo electrónico que puede paralizar los sistemas vitales de un país, alterando los registros de las cuentas bancarias, las fichas de los pacientes en la Seguridad Social, los sistemas de regulación de tráfico aéreo y terrestre, etc.

Por primera vez contamos con unas nuevas vías de acceso a la información que con una inversión mínima permiten un alcance máximo. Ahora los hombres pueden establecer en la práctica cauces de comunicación que derrumban los muros de la polis aristotélica. Este cambio cualitativo trae consigo nuevas oportunidades de control social horizontal y participación ciudadana, en pro de una mayor transparencia social. Una consecuencia directa será la amenaza al concepto de fronteras nacionales y creación de comunidades electrónicas. Quizá con la aparición de nuevos canales más democráticos de difusión informativa y cultural y la disolución electrónica de fronteras.

Surgirá una nueva paradoja del poder y el control, pues la vulnerabilidad de los subsistemas sociales vitales provoca que cuanto mayor es la sofisticación y la complejidad de los mismos, más difícil resulta detectar un error en el mismo y más fácil resulta atacarlo y ponerlo fuera de servicio. Paralelamente a la aparición del terrorismo electrónico, la guerra de la información sustituye a la guerra fría, y se producirá también lo que podríamos llamar efecto Exocet, según el cual un arma de muy bajo coste (en este caso, un virus informático) puede cargarse a otra mucho más po-

“

El terrorismo tradicional dejará paso a un terrorismo electrónico que puede paralizar los sistemas vitales de un país, alterando los registros de las cuentas bancarias, las fichas de los pacientes en la Seguridad Social, los sistemas de regulación de tráfico aéreo y terrestre, etc.

”

derosa (un sistema de detección o lanzamiento de misiles). La asimetría de la globalización también preocuparía a un Aristóteles que navegara por los espacios cibernéticos. Cuando las barreras proteccionistas caen, el intercambio es aparentemente libre y total. Sin embargo, los flujos que componen dichos intercambios no caminan en todas direcciones en la misma medida. Existe el riesgo de que los colectivos que producen información y los que sólo reciben información acaben distanciándose cada vez más, de forma que nunca se lleve adelante la promesa de un mundo en el que todos tendríamos voz. Las posibilidades son tantas que una nueva ética reclama una protección más imaginativa de la sociedad y de los derechos de los individuos. De hecho, la propia tecnología demanda una protección más global de la libertad de expresión y una redistribución del poder que, por una vez en la historia, podría ser a favor del individuo.

■ **Javier Bustamante Donas**
Universidad Complutense de Madrid

Notas y referencias bibliográficas

- BERMAN, Bruce, "The Computer Metaphor: Bureaucratizing the Mind", *Science and Culture* 7, 7-42 (1989).
- BUSTAMANTE, J. "Sociocibernética" en Román Reyes (ed.), *Terminología Científico-Social: Aproximación Crítica*. Madrid: Anthropos, 1988.
- , "Inteligencia artificial", en A. Ortiz-Osés y P. Lanceros (eds.), *Diccionario de Hermenéutica*. Bilbao: Universidad de Deusto, 1997.
- , *Sociedad informatizada, ¿sociedad deshumanizada? (una visión crítica de la influencia de la tecnología sobre la sociedad en la era del computador)*. Madrid: Gaia, 1993.
- , "El computador como metáfora de identidad y control", en Juan Manuel Iranzo et al. (eds.), *Sociología de la Ciencia: nuevas tendencias*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Madrid, 1994.
- DREYFUS, H. L., *What Computers Can't Do: A Critique of Artificial Reason*. New York: Harper and Row, 1972 (1979, edición revisada).
- DREYFUS, Hubert L. y Dreyfus, Stuart E., *Mind over Machine*. New York: Free Press, 1986.
- ELLUL, Jacques, *La Technique ou l'enjeu du siècle*. Paris: Armand Colin, 1954.
- JOYANES, Luis, *Cibersociedad*. Madrid: McGraw-Hill, 1997.

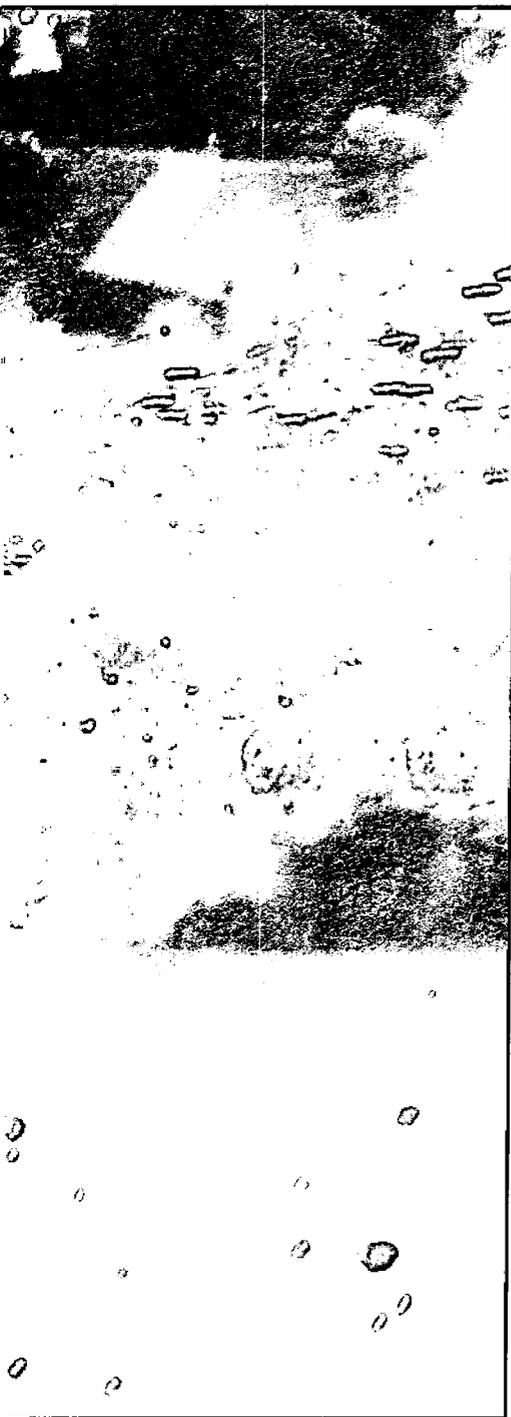
EL INFORME MACBRIDE

Propuesta de un modelo de



Galería de Papel. Fotografía: Nicolás Pineda.

comunicación global



Ningún pueblo puede vivir aislado

AMADOU-MAKHTAR M' BOW,
DIRECTOR GENERAL DE LA UNESCO

El Informe MacBride¹ (en adelante el Informe) es un documento de singular importancia. No sólo por haber sido el primer esfuerzo de unificación del complejo y disperso tema de la comunicación, sino además porque sus propuestas superaron los modelos teóricos habidos entonces, sin que tal superación signifique negación ni exclusión de manera absoluta de las concepciones rivales de la época.

Como todas las obras extraordinarias, que rebasan el contexto histórico de su época, buena parte de sus postulados no cabían en la estrechez de la mentalidad maniqueísta en la que esta sumido el mundo, representado por la intelectualidad, los grupos gobernantes y las empresas de medios. La *Guerra Fría* exigía tomar partido por uno u otro bando, y toda posición distinta era sospechosa. Pocas fueron las rendijas para la heterogeneidad de las ideas y las alternativas. El Informe tomó la ruta de una de ellas, para proponerse como antecedente del modelo de la sociedad del conocimiento que hoy es cotidiano en las políticas públicas de comunicación de casi todas las naciones.

Una parte de los predicados del Informe se cumplieron, tanto en sus apuestas optimistas como en las advertencias y temores. El problema de la comunicación es más que simples reglas de juego, sentenciaba. Enfrentarlo requiere de toda una ingeniería social, política y económica, donde es indispensable la sumatoria de los esfuerzos de los sectores que se encontraban enfrentados. En el Informe se estaba consciente de la necesidad de producir una metodología de consenso, que enfocara el problema de la comunicación de mo-

Entre 1977 y 1979, un grupo de 15 estudiosos de la comunicación de todas partes del mundo dirigidos por el canadiense Sean MacBride se reunieron en varios eventos y sesiones a petición de la propia UNESCO para inventariar los problemas contemporáneos de comunicación y sus posibles soluciones. El resultado de este trabajo fue el texto "Un solo mundo, voces múltiples", mejor conocido como el Informe MacBride. Este trabajo constituyó, en el contexto de la Guerra Fría, una alternativa diferente a las teorías autoritarias, liberales o de responsabilidad de los medios. Bernardino Herrera retoma en este trabajo las discusiones y comparaciones en torno a este informe y recomienda volver a dar un paseo por sus páginas.

▣ Bernardino Herrera

do diferente al de los modelos teóricos que entonces rivalizaban, excluyéndose.

Los intelectuales miembros de la comisión que llevó a cabo tan espectacular acopio de datos, conceptos y propuestas, sabían que las ideas resultantes serían atacadas, que no sería fácil su comprensión y que sería lento el camino para que una teoría general de la comunicación, si ésta era posible, percollara en el tejido social mundial, una teoría de aplicación, una teoría de ajuste institucional, una propuesta en que muchos sectores debían ceder para ganar un mundo estable y en equilibrio.

Se enfrentaban entonces dos fuerzas poderosas. Los que se aferraban a la religión del mercado, quienes llegaron a ver a la UNESCO como un ente infiltrado por un puñado de intelectuales deseosos de poner límites a las libertades económicas, emulando los planteamientos de la *Comisión Hutchins* para colaborar con la expansión del comunismo internacional. La Declaración Talloires², Francia, 1981, es una reacción temprana de esta corriente, abierta y directa contra la UNESCO, al instarla a “*desistir en sus intentos de regular el contenido de las noticias y formular reglamentos para la prensa*”. Dicho texto evidencia una incomprensión del *Informe*, ya publicado desde 1979.

La otra fuerza, tan dogmática como la primera, fue la de la izquierda ortodoxa, cuyo acercamiento a la UNESCO fue más hipócrita que proactivo, pensando que “peor es nada” y que algo se podía ganar de aquel foro internacional. Pero al mismo tiempo miraron con desconfianza la evolución de la Comisión para el Estudio de los Problemas de la Comunicación (CIEPC, en adelante la *Comisión*), acusando abierta y veladamente al *Informe* como de “funcionalista”. En Venezuela, buena parte de la intelectualidad vinculada con la comunicación se encontraba mayoritariamente influenciada por la teoría crítica. Oswald Capriles Arias, en su obra citada, narra este estado de ánimo en los intelectuales y estudiosos de la comunicación de América Latina. Lo dice en estos términos:

“(…) *la controversia se planteó allí (en la UNESCO) entre la tendencia elitista-difusionista, que veía a los medios como simple elementos que deben ser puestos al servicio de la difusión de la ‘alta cultura’; la tendencia tecnologista tipo, MacLuhan, que veía en los medios la prefiguración de la futura aldea global y la nueva cultura omnipotente y polivalente y por último la corriente crítica, que desde la Escuela de Frankfurt hasta muchos de*

“

El director general de la UNESCO, Amadou-Mahtar M’Bow, hizo una jugada brillante: encargar la coordinación del proyecto a Sean MacBride, quizás el único intelectual que ha recibido los premios más destacados de ambos mundos: el Nobel de la Paz y el Lenin de la Paz.

”

los actuales estudiosos europeos, estadounidenses y latinoamericanos, ha intentado realizar desmontaje de los medios masivos como estructura de dominación (Capriles, p. 13)

Consciente de tan hostil escenario, el director general de la UNESCO, Amadou-Mahtar M’Bow, hizo una jugada brillante: encargar la coordinación del proyecto a Sean MacBride, quizás el único intelectual que ha recibido los premios más destacados de ambos mundos: el Nobel de la Paz y el Lenin de la Paz. Asimismo, la representación de los miembros del equipo de trabajo eran todos de incuestionable reconocimiento internacional, pero además se otorgó a Asia y África de mayor representación, en el seno de la *Comisión*.

Tocaría a otro ensayo evaluar la influencia de las propuestas del *Informe*, en la posterior aplicación de políticas, leyes, contenidos académicos y el pensamiento en general. En este artículo se comentarán apenas algunos aspectos, tratando de compararlo con los modelos competitivos de su época. Se procura recuperar la validez y vigencia de las propuestas del *Informe*, más como enriquecimiento de los debates actuales que de su seguimiento histórico. Es comprensible que, en aras de lograr unificar, y por tanto lograr consenso, la *Comisión* tuvo que expresarse, lo más delicadamente posible, en el punto medio de las confrontaciones, lo cual no le restó

claridad a sus planteamientos, ni tampoco capacidad para exhortar al debate sobre problemas sin resolver. El saldo fue un conjunto de propuestas, entre las cuales pueden destacarse:

- Amplió el espectro de las funciones sociales de la comunicación.
- Aportó el concepto de institucionalización del pluralismo como modelo de comunicación.
- Recomendó políticas nacionales de comunicación coherentes con la constitución de un Nuevo Orden Mundial de Información y Comunicación (NO-MIC) en la búsqueda del equilibrio y la equidad mundial.
- Se propuso la defensa de la diversidad de las fuentes como requisito de un ambiente de pluralismo y de verdad objetiva.
- Puso énfasis en la ética profesional, en la formación ética de los profesionales de la comunicación y en los sistemas de autoregulación en las actividades de la industria de la comunicación.
- Exhortó a reconocer que, en las disparidades y desequilibrios del libre flujo de la información, a escala mundial, tienen su asiento en el desarrollo desigual de los pueblos; las brechas tecnológicas; los aislamientos nacionales; la alta concentración de los medios; la obsolescencia de los sistemas educativos; las desprotección de los grupos, sectores y culturas; y las barreras idiomáticas, entre otros males. En consecuencia, propuso desarrollar políticas puntuales para enfrentar todo estos problemas de manera integral y coherente.
- Inició el camino hacia una teoría global de la comunicación, dada la naturaleza supranacional del fenómeno de la comunicación, fundamentada en la defensa de la diversidad de las culturas. La metáfora del título que ostenta el *Informe* lo resume: *Un solo mundo, voces múltiples*.

¿QUÉ ES EL INFORME MACBRIDE?

Es la síntesis de una amplia consulta mundial, patrocinada por la UNESCO, llevada a cabo entre 1978 y 1979. Su publicación en español lo asumió la editorial Fondo de Cultura Económica, 1980 (con una reim-

presión en 1981), bajo el título: *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Muchas de sus propuestas y modelos fueron asumidas por la UNESCO, como guía para consolidar propuestas de políticas internacionales de comunicación y educación.

La 19ª Conferencia General de la UNESCO, reunida con sede en Nairobi, en 1977, encargó a su director general, Amadou-Mahtar M'Bow, realizar un estudio sobre la situación general y problemas de la comunicación social a escala universal. En su cumplimiento, se creó la *Comisión*, presidida por Sean MacBride y por 15 personalidades representativas del mundo, no sólo por la diversidad geográfica³, sino además por la pluralidad ideológica. El objetivo de la *Comisión* fue el de inventariar los principales problemas de la comunicación y proponer la aplicación de correctivos, algunos de los cuales se resumieron en la *Declaración sobre los medios de comunicación de masas*, aprobada por unanimidad en la 20ª reunión de la Conferencia General de la UNESCO de 1978.

La Comisión se instaló en diciembre de 1977, cesando funciones en noviembre de 1979. Desarrolló una metodología que calificó de "análisis objetivo, equilibrado y sin sectarismo", realizando ocho reuniones de comisión, cuatro de ellas efectuadas en Suecia, Yugoslavia, India y México. Cada miembro tuvo la responsabilidad de canalizar la participación y aportes en sus respectivas regiones. En el transcurso de esos dos años se llevaron a cabo una multitud de eventos. Entre éstas, una reunión internacional sobre contenido mediático denominada Seminario Internacional sobre Infraestructura de Acopio y Difusión de la Información, celebrada en Estocolmo, en abril de 1978, donde participaron representantes de agencias de noticias, organismos de radiodifusión, las gran prensa, institutos de investigación y organizaciones internacionales y regionales no gubernamentales, entre otras.

Pero además, muchas mesas redondas sobre temas puntuales, tales como: "Relación gobierno y medios de comunicación", "Comunicación y desarrollo", "Impacto del progreso tecnológico en las comunicaciones", "Correlación entre cultura y comunicación". La comisión peregrinó por todo el mundo participando en conferencias, reuniones, seminarios y grupos de debate, y acopiaron una considerable cantidad de comunicaciones y consideraciones por parte de gobiernos, organizaciones y expertos. Toda esta espectacular consulta fue sometida a comparación en la

“

La Comisión se instaló en diciembre de 1977, cesando funciones en noviembre de 1979. Desarrolló una metodología que calificó de "análisis objetivo, equilibrado y sin sectarismo", realizando ocho reuniones de comisión, cuatro de ellas efectuadas en Suecia, Yugoslavia, India y México.

”

búsqueda de un punto medio, en un extenso rango de temas. El resultado fue el llamado "Informe MacBride", redactado en un estilo enciclopédico, sumamente sencillo, pedagógico y accesible, que bien puede servir de libro de texto, con una estructura de cinco partes y XXII capítulos, más apéndices.

EL CONTEXTO DEL INFORME Y LOS MODELOS DE COMUNICACIÓN HABIDOS

La síntesis lograda por el *Informe*, es resultado de un rompecabezas de acontecimientos desencadenados desde el fin de la II Guerra Mundial. Las experiencias mundiales previas que trataron el tema de la comunicación, se remontan desde el siglo XIX en materia de correos, telégrafos y ondas de radio, con énfasis en los aspectos técnicos y con grandes ventajas para aquellos países poseedores de tecnologías de punta. Ya se contaba con reglamentos internacionales, como el acuerdo internacional de longitudes de onda, suscrito en 1934, y muchos convenios más, de donde surgieron organizaciones supranacionales que regulaban el correo y las telecomunicaciones globales. Sin embargo, se acusaba un vacío en la estructura de derechos y políticas para el desarrollo global equilibrado de las comunicaciones, lo que llevó a la UNESCO a plantearse su tratamiento.

A partir de 1946, la resolución 59(I) de la Asamblea General de la recién formada Naciones Unidas declara la libertad de información como un derecho humano fundamental, reconociendo como problema el uso abusivo de los privilegios. En consecuencia, se "(...) requiere además de una disciplina básica, la obligación moral de investigar los hechos sin prejuicios y difundir las informaciones sin intenciones maliciosas"⁴. En sus términos simples este principio fundamental es incluido en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, de 1948, pero el mismo requería de estrategias eficientes para garantizar su aplicación.

Un precedente inmediato de la *Comisión* tiene lugar entre 1942 y 1947, con el trabajo de la *Comisión Hutchins*⁵, con la que se hace conocida una nueva doctrina, la de responsabilidad social de los medios de comunicación. En el documento *Hutchins* se crítica duramente el libre mercado en el flujo informativo del modelo liberal. Proponía que un medio de comunicación ideal debe trazarse cinco objetivos puntuales: 1. Suministrar un relato veraz, completo e inteligente de los acontecimientos del día en un contexto que aporte un significado; 2. Servir de foro para el intercambio de críticas y comentarios; 3. Presentar un cuadro representativo de los diversos grupos de la sociedad; 4. Presentar y clasificar las metas y los valores de la sociedad; y 5. Facilitar el acceso pleno a la información del día.

Estos requisitos específicos derivan en un modelo general, concibiendo que el sistema de medios está obligado a cumplir con una lista de responsabilidades sociales: 1. Servir al sistema político generando información y promoviendo el debate sobre asuntos públicos. 2. Instruir al público y así favorecer la toma de decisiones que involucran a la comunidad. 3. Salvaguardar los derechos de los individuos y vigilar cualquier abuso del poder. 4. Servir al desarrollo económico promoviendo el intercambio comercial mediante anuncios publicitarios. 5. Promover entretenimiento. 6. Alcanzar autonomía económica a fines de enfrentar las presiones de grupos de poder.

A partir de su constitución, en 1946, la UNESCO asumió con vigor, tanto la misión de superar los límites tecnológicos de la comunicación, como desarrollar a plenitud la aplicación del derecho humano universal. Pero el mundo de la segunda mitad del siglo XX entraría en el escenario bipolar, donde la ecuación "información = propaganda ideológica", de la época de entre-

guerras, se trasladaría con nuevos y más profundos matices. Pese a ello, se hicieron avances espectaculares tanto en el terreno de las ideas, como en las instituciones múltiples que influyeron las legislaciones y políticas públicas nacionales e internacionales. En éstas últimas, el Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos (desde su primera versión en 1966), y la Declaración de San José, Costa Rica, en julio de 1976 (para el caso regional de América), entre muchos otros, son evidencias del esfuerzo de los organismos internacionales liderados por la UNESCO.

Incluso, el Vaticano había contribuido a la temática, introduciendo el concepto de "información objetiva", en la *Pacem in terris*, de Juan XXIII, en 1963, exhortando a los medios masivos para que promuevan la paz, la tolerancia y el respeto por la diversidad humana.

Todas estas contribuciones conceptuales, trataron de darle respuesta a los problemas globales de la comunicación. Al momento en que aparece el *Informe*, el mundo se debate ya en tres modelos muy bien delineados, que rivalizan por concebir la materia de la comunicación y orientar las políticas de Estado. A efectos de su comprensión, y con el objetivo de facilitar al lector el ejercicio comparativo, bien vale resumir dichos modelos:

EL MODELO TOTALITARIO DE LA COMUNICACIÓN

El más milenarismo, asociado a un mundo oral, escasamente alfabeto, con grandes disparidades idiomáticas y conceptuales, que facilitaban la cautividad del saber. El desarrollo tecnológico de la imprenta cambió radicalmente este panorama. De inmediato, los sistemas absolutistas y las ortodoxias religiosas reaccionaron para imponer férreos controles a la difusión de ideas por medio de libros y a la posibilidad de la enseñanza del lenguaje escrito. En el siglo XX, los regímenes dictatoriales, las organizaciones racistas, clasistas y el intervencionismo de Estado asumieron la tarea de contener la fuerza difusora del conocimiento repotenciados con los avances tecnológicos post-imprenta. El caso del modelo soviético, es ejemplo del modelo totalitario, bajo el argumento de que es indispensable el monopolio de medios para la formación de la conciencia del Estado socialista. Pero tampoco es exclusivo del llamado "socialismo real", pues aún se aplica casi intacto en algunas zonas del mundo, compartiendo con el mo-

“

El Vaticano había contribuido a la temática, introduciendo el concepto de "información objetiva", en la *Pacem in terris*, de Juan XXIII, en 1963, exhortando a los medios masivos para que promuevan la paz, la tolerancia y el respeto por la diversidad humana.

”

delo islámico fundamentalista, y en diversas gradaciones, hasta en países de fachada democrática. Los postulados básicos de este modelo podemos concentrarlos en cuatro puntos:

1. *Exclusividad ideológica*: considera que toda ideología extraña a la oficial debe ser negada, erradicada y perseguida. La libertad de expresión es el recurso de que se valen estas ideologías para manipular las conciencias nobles e ingenuas de súbditos, fieles o ciudadanos, de las masas o el pueblo, según sea el caso, y deteriorar así el orden establecido.
2. *Monopolio de lo correcto*: se abroga la facultad de defender los valores supremos de la religión, la moral, las buenas costumbres, el honor individual, el principio de autoridad del Estado, la ideología correcta y demás valores sagrados. Está en manos del gobierno defender estos valores e imponer las pautas para su observación, castigando severamente a los transgresores.
3. *Adversión a las libertades*: la libertad siempre es "exceso de libertad" que conduce inevitablemente a la anarquía. Los medios siempre se exceden y causan distorsiones en la percepción del mundo, en consecuencia deben ser prohibidos o regulados. De aceptarse que organizaciones distintas al gobier-

no detenten poder mediático, deben someterse a estricta vigilancia por parte del gobierno garante del Estado.

4. *Discrecionalidad en la distribución del derecho de la comunicación*: establece que el ejercicio del derecho a la libre expresión debe estar en manos de las "personas adecuadas". El Estado seleccionará discrecionalmente a las organizaciones e individuos que considere aptas para tal fin. En otras palabras, el Estado otorga concesiones, legaliza gremios, impone permisología, autoriza empresas de medios, prohíbe contenidos, etc.

EL MODELO LIBERAL DE LA COMUNICACIÓN

A partir de la invención de la imprenta, la libertad de expresión adquiere una dimensión indispensable, una condición para el desarrollo humano civilizatorio. Combatir el absolutismo político de las monarquías y el monopolio del saber en manos de organizaciones religiosas se constituyó en la premisa romántica del liberalismo de los siglos XV al XVIII. Los triunfos revolucionarios de esta gesta consagró la comunicación en libertad como valor occidental, universal a partir de 1945. La libertad de expresión nace, por esta circunstancia, muy ceñida a lo político. Hasta completarse la aparición y desarrollo de repúblicas o de monarquías constitucionales y parlamentarias, el modelo liberal de la información adquiere la lucidez teórica propia de la tradición ilustrada. Sus postulados también pueden concentrarse en cuatro puntos básicos:

1. *Negación del principio de autoridad*: nadie es poseedor de la verdad, en consecuencia, ninguna visión del mundo podrá imponerse por principio de autoridad alguna. Este principio comporta la no exclusión y la no discriminación de las ideas, por lo que ningún poder podrá arrogarse la potestad sobre lo que se debe decir y lo que no.
2. *Pluralismo de la información*: necesidad de garantizar la mayor diversidad posible de fuentes, único mecanismo para desmonopolizar la información y el conocimiento. En consecuencia, se opone a cualquier negación, deslegitimación y persecución de cualquier fuente o interpretación de las ideas.
3. *Escepticismo metódico*: aplicación del principio de la duda sobre la informa-

ción, la opinión y la interpretación de la realidad. La audiencia tendrá el derecho a desconfiar de toda información hasta constatarla con la realidad. Todos somos capaces de construir una visión del mundo, por lo que no debe descartarse ninguna alternativa, ni pretender que existan verdades acabadas, ni permitir el dominio de una visión sobre otras.

4. *Optimismo pasivo en el mercado*: el sistema de libertad de información es un “mercado informativo”, y en consecuencia, funciona sujeto a sus leyes, requiriendo espacio no restringido para el libre intercambio de oferta y demanda de información. La fe pasiva de los efectos de estas leyes se apoya en la idea de que la calidad informativa terminará siempre por imponerse sobre la información mediocre. Este criterio postula la no intervención o no-regulación del sistema de información.

El modelo liberal no logró consenso en el punto de los excesos y abusos de la libertad de expresión. Una corriente liberal considera que la libertad debe limitarse. Fue el caso de los liberales franceses, plasmado en el mármol de la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, cuando luego del artículo 10 que expresa: “*Nadie puede ser molestado por sus opiniones*”, sigue el artículo 11: “*La libre comunicación de sus pensamientos y opiniones es uno de los derechos más preciosos (...) todo ciudadano puede hablar, escribir e imprimir libremente, salvo cuando deba responder por el abuso de esta libertad en los casos determinados por la ley*” (negritas nuestras). Y ello dio lugar a muchas leyes de prensa, durante el siglo XIX, e inspiraron leyes de telecomunicaciones del siglo XX, y colaterales sobre difamación, injuria, seguridad de Estado, etc.

Otra corriente, representada por la experiencia revolucionaria norteamericana, se aferró al principio puro de la libertad de expresión, contenida en la Primera Enmienda de la Constitución Norteamérica: “*El Congreso no dictará ninguna ley que restrinja la libertad de palabra o de prensa*”. Dejando así a la jurisprudencia ordinaria la resolución de casos particulares de los abusos de información, bajo el principio de los derechos individuales y de privacidad.

Este debate sigue sin resolverse. Pero algunas experiencias nacionales intentaron buscar un punto medio. La experiencia sueca, nación que comenzó a legislar

“

Catedráticos como F. Siebert, J. Peterson y W. Schramm formularon lo que dieron en llamar la “doctrina de la responsabilidad social”, para llamar la atención sobre la práctica de los medios en la conformación de realidades sociales.

”

la materia tempranamente desde el siglo XVII, resolvió evitar en lo posible toda forma de limitación de la libertad de expresión, manteniendo como los norteamericanos el principio de no censura, pero estableciendo legislaciones puntuales y sistemas de autoregulación que incentivarán el uso responsable de medios. A cada restricción corresponde una institución protectora contra la discriminación de las fuentes, alcanzando la disminución del secreto de Estado, mientras legislaba en los terrenos específicos, más vulnerables a los excesos de la libertad de expresión: publicidad, patrimonio cultural, privacidad individual y corporativa, etc.

EL MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Las amargas experiencias totalitarias vividas en el período de guerras y entre guerra del siglo XX, alimentó una corriente intelectual que propuso ajustes al modelo liberal de la información. Catedráticos como F. Siebert, J. Peterson y W. Schramm formularon lo que dieron en llamar la “doctrina de la responsabilidad social”, para llamar la atención sobre la práctica de los medios en la conformación de realidades sociales. Estos grupos de intelectuales, tachados de “funcionalistas” por los defensores de la teoría crítica de Frankfurt,

fueron muy adversos al uso de los medios de comunicación como mecanismo de propaganda política e ideológica.

En efecto, la doctrina de responsabilidad social criticaba severamente la alta concentración de los medios en manos de grupos económicos, a los que acusaba de afectos a bloques ideológicos determinados, así como el aumento de la participación publicitaria en el financiamiento de los medios, lo cual presionaba los contenidos en la dirección a la afinidad ideológica de los anunciantes y de grupos económicos. Las propuestas de la *Comisión Hutchins* asumió buena parte de estas preocupaciones. Pueden concentrarse en cuatro puntos los supuestos del modelo:

1. *Mercado informativo regulado*: superando la ortodoxia de mercado informativo no regulado del modelo liberal, para lo cual propone condiciones y limitaciones al mercado de empresas mediáticas, así como regulaciones en los contenidos (prohibiciones, franjas horarias, atenuamiento de temas sobre sexo, violencia, lenguaje, decencia pública, etc.).
2. *Atenuar efectos comerciales en los medios*: minimizando la relación entre el poder económico y los contenidos mediáticos a través de restricciones en el uso publicitario de los medios. Estas restricciones van desde limitaciones de tiempo y espacio, prohibiciones totales o parciales de publicidad a ciertos bienes y servicios, exclusiones horarias, etc.
3. *Desconcentración de la propiedad de los medios*: promoviendo legislaciones para estimular el uso social de los medios en aras de la mayor equidad informativa, bajo el criterio de subordinación de los medios al interés público. Considera estrictamente necesario que ningún grupo posea la propiedad e influencia de más de un medio a la vez, pero en ningún momento niega la naturaleza privada de los medios como garantía de la libertad de expresión, inclinándose más bien por los llamados sistemas mixtos en la propiedad de los medios.
4. *Paternalismo de la audiencia*: el Estado debe imponer a los grandes medios cumplir con el ejercicio de responsabilidad social, con la misión de proteger a las audiencias de los efectos perversos en el uso y contenidos de los medios.

EL INFORME MACBRIDE Y LA SUPERACIÓN DEL MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Es obvio un rechazo tácito de la *Comisión* al modelo totalitario. La condición indispensable de pluralidad sólo es posible en sistemas democráticos.

Tras la derrota militar del fascismo y el nazismo en la II Guerra Mundial, el escenario mundial de la época se encontraba plagado de regímenes duros, bajo diferentes argumentaciones, alimentados por tres décadas de *Guerra Fría*, los cuales se resistían a abrir el margen de libertad de expresión, en términos liberales. En consecuencia, el ánimo que se respira en el discurso del *Informe* es el de la exhortación y la búsqueda negociada de salidas a los conflictos que obligaban a los gobiernos duros a incurrir en altos costos de gobernabilidad.

Por otra parte, el *Informe*, coincide con buena parte de los postulados del modelo liberal, pero busca superar su enfoque simplista argumentando la complejidad con que han evolucionado las tecnologías de la comunicación y destacando, como evidencia histórica, el profundo desequilibrio y disparidades cuyas interrogantes no son respondidas por dicho modelo. En cambio, se distancia del enfoque liberal al asegurar la necesidad de “mercados regulados” como modo de disminuir las brechas de inequidad y de desconcentrar la propiedad de medios y fuentes.

Aunque pudiera observarse una similitud con el modelo de la responsabilidad social, el *Informe* no comparte con éste su idea de los efectos fuertes y de la ineptitud implícita de la audiencia. Si bien, reconoce el *Informe*, los medios tienen una cuota importante en la producción de sentido, es más eficiente un enfoque que integre a grupos, organizaciones e instituciones, además del derecho que tienen las audiencias a optar por las alternativas culturales de su preferencia. Así que, mientras el modelo de responsabilidad social propone una restricción de contenidos negativos para dar flujo a contenidos ideales, sin resolver cómo y quiénes deciden qué es cada cosa, el *Informe* opta por la mayor ampliación posible de las alternativas de contenidos, lo que se deriva lógicamente que será la audiencia la que toma o deja.

Basta a los objetivos de este ensayo, tratar con más detalle cuatro aspectos cruciales contenidos en el *Informe*, que se revelan como perspectivas distintas a los

“

Si bien, reconoce el Informe, los medios tienen una cuota importante en la producción de sentido, es más eficiente un enfoque que integre a grupos, organizaciones e instituciones, además del derecho que tienen las audiencias a optar por las alternativas culturales de su preferencia.

”

modelos conocidos ya apuntados arriba. Estos aspectos son, las funciones sociales de la comunicación, el concepto de “pluralismo institucionalizado”, el problema de la concentración de los medios y la relación comunicación y poder.

FUNCIONES SOCIALES DE LA COMUNICACIÓN

Los medios no sólo reflejan opiniones y visiones del mundo, también contribuyen a formarla. Bajo este postulado, el sistema de medios debe formar parte coherente de las políticas públicas, en procura del desarrollo, la estabilidad social y contribuir al clima de expectativas sociales optimistas, sin menoscabo de promover la cultura del debate y la confrontación de ideas. Por ello, el sistema de medios debe cumplir un conjunto de funciones sociales, mucho más completo que la ya aceptada trilogía: informar-educar-entretener, para ocuparse de los siguientes campos:

1. *Información*: el sistema de comunicación debe ampliar el horizonte de noticias, datos, hechos, opiniones, comentarios y mensajes, a fin de ofrecer el mayor margen de alternativas en la toma de decisiones.

2. *Socialización*: Incidir en formación de los individuos para la vida pública y la cohesión social.
3. *Motivación*: los medios deben proponerse metas de beneficio social y comportamiento cooperativo y altruista, incentivando a individuos y organizaciones en este tipo de comportamiento.
4. *Debates y diálogos*: promover una cultura del debate libre de ideas y del diálogo como parte inherente de las sociedades abiertas.
5. *Educación*: difundir conocimientos en apoyo y sintonía con el sistema educativo formal.
6. *Promoción cultural*: proteger y presentar la producción artística, promover el concepto de patrimonio, legitimar nuevas expresiones culturales y ampliar el ideal estético de la sociedad.
7. *Esparcimiento*: ofrecer alternativas de entretenimiento.
8. *Integración*: promover el reconocimiento de culturas diferentes, con base en el pluralismo cultural, combatiendo el racismo y la exclusión por motivos de raza, credo e ideología.

LA PROPUESTA DEL PLURALISMO INSTITUCIONALIZADO

La comunicación es una función política. Le confiere sentido a lo político y ello sólo es posible en libertad, que no es incompatible con el acatamiento de la ley. La libertad en comunicación es la responsabilidad deseosa de buscar la verdad. La libertad de expresión es un índice de existencia o ausencia de las demás libertades. Aún falta por conquistar mucho terreno en el mundo para la libertad de expresión, pues aún se mutila bajo fachadas burocráticas o comerciales, y se intimida abierta o encubiertamente a quienes la defienden, convirtiéndola en autocensura, obligando a los individuos a abstenerse de manifestar abiertamente sus ideas por temor a ser perjudicado. El sistema político está obligado a impedir toda forma de restricción a la libertad de expresar ideas, de denunciar, de seleccionar alternativas.

¿Pero cómo? Si el Estado asume potentemente la capacidad de regular, penalizar y decidir, ¿cómo evitar que los grupos políticos que capturan el poder lo ejerzan para condicionar la libertad a su favor y beneficiarse así políticamente? Por otro

lado, si a la industria se le otorgan plenas libertades, ¿cómo impedir el uso de los medios por parte de grupos económicos para su beneficio particular que no siempre coincide con el bienestar general?... O dicho en palabras del *Informe*:

La experiencia demuestra que el adoc-trinamiento, aunque sea el del Estado, no es nunca perfecto y que un monólogo permanente no consigue anular el espíritu crítico ni abolir toda libertad de juicio. Cabe decir lo mismo de todo monopolio político o comercial.

El dilema puede resolverse desde el enfoque del “pluralismo institucionalizado”. Donde el Estado se limita a ser “guardián del pluralismo”, protegiendo y subvencionando a aquellos que no dispongan de capacidad para expresarse, sea cual sea su opinión, así difieran de quienes detentan el poder político. Para lograrlo, se debe partir de un “consenso mínimo”, en el que la sociedad establece pautas a ser respetadas por todos. No se concibe que el Estado subvencione una publicación de tipo racista. A cambio de un acuerdo mínimo consensual, donde las instituciones del Estado asumen la vigilancia de su cumplimiento, el Estado se somete a la mayor transparencia posible.

Este concepto deriva lógicamente hacia la idea de la desconcentración, la profundización y funcionamiento pleno de la división y autonomía de poderes, la desgubernamentalización de los medios de comunicación públicos y la lógica del interés social en la distribución de los recursos escasos de las frecuencias radioeléctricas. Si bien tales criterios no fueron asimilados en aquél escenario radicalizado, son hoy parte de un nuevo modelo, el de la sociedad de la información y el conocimiento, que hoy ocupan la mayor parte del quehacer comunicacional.

Con el concepto “pluralismo institucionalizado”, los miembros de la *Comisión* estaban conscientes de las polémicas que generarían. Sabían que en los países occidentales los grandes medios privados no cederían su capacidad de manejo de la materia, ni que los gobiernos cederían capacidad de poder en la distribución de concesiones ni en regulación de contenidos. Y menos en los sistemas políticos totalitarios de las dictaduras militares, de los países comunistas y de los regímenes fundamentalistas religiosos. Así lo confiesan:

A riesgo de provocar vehementes protestas, cabe decir que uno de los criterios esenciales de la libertad de información reside en la pluralidad de las fuentes y el libre acceso a las mismas. La concentra-

“

Con el concepto “pluralismo institucionalizado”, los miembros de la Comisión estaban conscientes de las polémicas que generarían. Sabían que en los países occidentales los grandes medios privados no cederían su capacidad de manejo de la materia, ni que los gobiernos cederían capacidad de poder en la distribución de concesiones ni en regulación de contenidos.

”

ción de esas fuentes bajo control de grupos dominantes desemboca, cualquiera que sea el sistema político en un remedo a la libertad (Informe, p. 51)

Pero advierten sobre dos aspectos cruciales de la diversidad de fuentes: uno, que ésta no garantiza la fiabilidad de la información, aunque reduce la posibilidad de falsificación; y dos, que la diversidad no equivale a pluralismo, y menos a pluralismo de opiniones. En consecuencia, sólo una sólida institucionalización podría garantizar que la diversidad de fuentes derive en una dinámica creíble del flujo informativo. La ética, el prestigio, la competencia reglamentada, la vigilancia del Estado y la autonomía de la audiencia hacen el resto.

EL PROBLEMA DE LA CONCENTRACIÓN

El saldo histórico del desarrollo de la comunicación muestra, como característica resaltante, la alta concentración por pequeños grupos, en la posesión y capacidad de decisión en el manejo de los medios de comunicación. A pesar de ello, el *Informe* se muestra optimista con la tendencia desconcentradora del desarrollo tecnológico

mediático, algo en lo que tendrían razón con el fenómeno de Internet en la década de 1990. Las consecuencias del desarrollo que observaban tendían a:

- Más rápido acceso a la información más abundante.
- Mayor participación en el desarrollo social, dado el más amplio conocimiento de la realidad.
- Más interacción equilibrada, más pluralismo.
- Percepción general de un destino común en el desarrollo civilizatorio.

Pero advertían que tales tendencias podían revertirse. Las tendencias negativas posibles serían:

- Acceso desigual y desequilibrado de la información, imponiendo brechas entre grupo de países.
- Circulación de la información en sentido único, proporción desmesurada de una sola forma de visión del mundo.
- Saturación de la información que provocarían la indiferencia de las audiencias.
- Las agencias internacionales imponen su agenda temática con tendencia a ignorar y desconocer realidades en países necesitados de atención mundial.

La concentración actúa en tres direcciones: una, hacia la integración horizontal y vertical de las empresas de medios; dos, participación empresarial de otras actividades económicas en el capital de empresas de medios; y tres, fusión de empresas de medios hasta lograr grandes aglomerados extranacionales. El fenómeno de la concentración es consecuencia de la economía de mercado desregulado. Pero también por la alta intervención del Estado, ya que los grupos gobernantes suelen favorecer a determinados grupos económicos, a cambio de apoyo político.

Detectadas las causas y consecuencias tendenciales de la concentración de medios, y sabiendo que éstas frenan y tergiversan las tendencias progresivas del desarrollo tecnológico, el modelo propuesto es la regulación para impedir las tendencias negativas de la economía de mercado, sumado a la normatización de la acción gubernamental, a efectos de disminuir la discrecionalidad de los grupos gobernantes. Justo, un punto ausente en el modelo de responsabilidad social.

Estas medidas ya venían implementándose en algunos países, inspirados en la tesis de la responsabilidad social, con pautas tales como limitar la propiedad de los medios, reducir el tiempo de publicidad y sus interrupciones de la programación en radio y TV, normatización de la estructura horaria según el tipo de audiencias, entre otras. Pero, las reglas solas no son suficientes.

COMUNICACIÓN Y PODER

La “comunicación institucionalizada”, entendida como el reconocimiento de las organizaciones de medios dentro de un marco normativo relativamente consensual, es un verdadero poder en la era moderna. La misión principal de la comunicación institucional es impedir la influencia desproporcionada de los grupos de presión, y el desequilibrio de sus efectos sobre la agenda de la opinión pública.

Este punto de vista de la *Comisión* no concibe negativamente a los grupos de presión. Por el contrario, los considera legítimos y naturales. Los individuos asociados reclaman beneficios, ventajas y privilegios, lo cual es la dinámica reconocida de las sociedades abiertas. Asumiendo esta inevitable realidad, la comunicación institucionalizada debe tratar de ofrecer incentivos para que los individuos y organizaciones comprendan que un superávit de beneficios de un sector puede ganarse a costa de un déficit en las oportunidades de otros grupos. En consecuencia, devienen conflictos, por cuyos costos sociales todos pierden. Debe promoverse entonces una cultura que estimule a relativizar los costos de las demandas de todos los sectores, de tal modo que no predominen unos sobre otros en la estructura de privilegios, ya de por sí estimulada por otras fuerzas. Este punto no implica apoyarse en el voluntarismo, pues la cultura de la negociación puede institucionalizarse, y en ello, el campo de la comunicación puede ofrecer cuotas importantes de valor institucional.

Para encaminarse hacia la idea de la comunicación institucionalizada como mecanismo ideal para la regulación del poder de la comunicación, se deben prever condiciones que impidan la monopolización de la opinión pública, el aumento en las de acceso a las fuentes, minimizar la interferencia discrecional de funcionarios gubernamentales, de propietarios de medios, de sindicatos y de grupos, entre otras limitantes típicas. De este modo, la transparencia, el acceso a la diversidad de

“

Cada nación debe elaborar sus propias estructuras institucionales marco del sistema de medios. Un plan básico y coherente con estas premisas se inicia con la ampliación y profundización de los conocimientos directa o indirectamente vinculados al mundo de la comunicación, tanto en sus repercusiones teóricas como tecnológicas

”

las fuentes y medios de comunicación se convierten en dispositivos por excelencia en el equilibrio de la relación comunicativa y poder.

Cada nación debe elaborar sus propias estructuras institucionales marco del sistema de medios. Un plan básico y coherente con estas premisas se inicia con la ampliación y profundización de los conocimientos directa o indirectamente vinculados al mundo de la comunicación, tanto en sus repercusiones teóricas como tecnológicas, de modo de cerrar la brecha entre el sistema educativo y el flujo de los conocimientos. Esto es impactar el sistema educativo de cada nación a todos los niveles sin exclusión. El norte de esta estrategia es superar el flujo vertical de la comunicación, el cual tiende a favorecer a las élites y a excluir a las mayorías del disfrute de los bienes culturales y de conocimiento que la escuela no está en capacidad de procesar, dada la velocidad que caracteriza la naturaleza de saber en la actualidad.

La institucionalización de la comunicación también implica que la industria de la información y de bienes culturales debe superar la simple condición de empresas productora de bienes y servicios. Las empresas de medios tienen una gran res-

ponsabilidad en la producción de sentido y expectativas sociales. En consecuencia, las empresas de medios deben admitir su alta cuota en relación con el equilibrio y el bienestar social. Si bien es imperativo un cuerpo ético que promueva la autoresponsabilidad social con estos postulados, es necesaria la fortaleza institucional reguladora del sistema, donde ambas, regulación y autoregulación, sean coherentes y complementarias entre sí.

En esta línea, el concepto propuesto en el *Informe* exhorta a los gobiernos a ceder espacios públicos a otras formas de Estado. Menos gobierno y más Estado. Esta zona de Estado no-gubernamental debe cumplir requisitos de suficiente representatividad y participación de la variedad de sectores sociales relacionados con la comunicación y convertirse en un poderoso incentivo de las fuerzas cooperativas de la sociedad. Eliminar progresivamente el secreto de Estado, administrado por los gobiernos, es otro instrumento que fomenta la idea de espacios públicos no-gubernamentales y que ofrecen amplias bases de credibilidad en la toma de decisiones públicas, y a cambio, los gobiernos ganarían terreno para su credibilidad.

CONCLUSIONES

Se han tomado algunos aspectos nodales del *Informe*, y aún así no hacemos justicia a la riqueza de temas de que se ocupa. Negarse a tratarlo como un “documento histórico” y en cambio sí como una agenda de presente es ya un paso hacia el desagravio. Son riquísimas las nuevas lecturas de este documento, y oportuno, luego de haber concluido, hace más de una década, el mundo bicolor desde cuyo enfoque se hacía incomprensible. Por fortuna, han aparecido nuevas ofertas explicativas, nuevos conceptos y tecnologías, un reencuentro de diversas ciencias y disciplinas que estimulan a abrir aún más los ojos, a reparar en detalles y destellos que antes no veíamos.

Al caer el Muro de Berlín, no sólo escasean las soluciones sino que, por el contrario, se han soltado los resortes oprimidos de viejos y nuevos problemas. No es para menos, esta es una época que aturde. De la revisión, aunque sea por accidente, de documentos como el *Informe MacBride* saltan moralejas. Muchos prejuicios de entonces, y que aún hoy andan esparciendo telarañas, consumieron años preciosos de lecturas, debates y contribuciones, de esas que pujaban por salir del papel, de

los anaqueles cada vez menos visitados, de las quimeras de café. Aún debatimos primitivos proyectos de ley de contenidos, al costo de rezagarnos en el tema de la sociedad del conocimiento, que ya preludivan los casi anónimos colegas que redactaron el Informe. Al cabo, ya es considerable ganancia percibir que queda mucho camino al tema de la libertad de expresión, y que además no es un tema aislado de todo lo demás.

La experiencia de la *Comisión MacBride* es alta ejemplar: si las herramientas conceptuales de que disponemos no nos permite avanzar en resolver problemas concretos, entonces busquemos los que sí lo hagan. Así que no sobra el sugerir darse un nuevo paseo por sus páginas.

□ **Bernardino Herrera**

Historiador. Investigador docente del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela (ININCO).

Notas y referencias bibliográficas

CAPRILES ARIAS, Oswaldo. 1996. *Poder político y comunicación*. Caracas, UCV-CDCH.

Comisión Preparatoria del CONAC. 1976. *Proyecto RATELVE, diseño de una nueva política de radio-difusión del Estado Venezolano*. Caracas, Editorial Súmate.

BRIGGS, Assa y BURKE, Peter. 2002. *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid, Taurus

MACBRIDE, Sean y otros. 1980. *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México, UNESCO-Fondo de Cultura Económica.

Documentos de UNESCO en sitio Web: www.unesco.org/general/spa/index.html

1 MACBRIDE, Sean. 1980. *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Unesco-Fondo de Cultura Económica, México. P. 48.

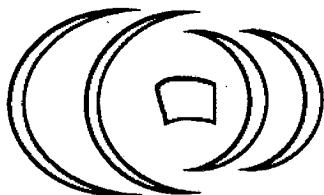
2 La Declaración Talloires se encuentra publicada íntegra en CAPRILES ARIAS, Oswaldo. *Poder político y comunicación*. Caracas, UCV-CDCH, 1996, pp. 229-230.

3 *Geográficamente, la CIEPC quedó distribuida en 2 miembros para cada una de las siguientes regiones: América anglosajona, América Latina, Europa del oeste y Europa del este, mientras que Asia estuvo representada por 3 personalidades y África por 4. En total 15 miembros más el presidente, Sean MacBride (Irlanda). Las personalidades fueron las siguientes: Elie Abel (EEUU), Hubert Beuve-Méry (Francia), Gabriel García Márquez (Colombia), Sergei Losev (URSS), Mochtar Lubis (Indonesia), Mustapha Masmoudi (Túnez), Michio Nagai (Japón), Fred Isaac Akporuaro Omu (Nigeria), Bogdan Osolnik (Yugoslavia), Gamal elOteifi (Egipto), Johannes Pieter Pronk (Países Bajos), Juan Somavia (Chile), Boobli George Verghese (India) y Betty Zimmerman (Canadá).*

4 Citado en UNESCO, *Declaración 4/9.3/2, 1978.*

5 En 1942, El Congreso de los Estados Unidos encargó a Robert Hutchins, rector de la Universidad de Chicago, un estudio sobre el estado y las perspectivas de la libertad de prensa, para lo cual se constituyó un equipo de 13 miembros, la mayoría académicos y algunos representantes de la sociedad civil, hasta que fue presentado, en marzo de 1947, su informe final.

Fundación Centro Gumilla



Esquina de La Luneta, Edif. Centro Valores, P.B. Apartado 4838. Telfs.: 564.9803 564.5871. Fax: 564.7557. Caracas 1010-A. Venezuela.



TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN REVISTA SIC

VENEZUELA	
Correo ordinario	Bs. 29.000
Suscripción de apoyo	Bs. 58.000
Número suelto	Bs. 2.900
EXTRANJERO	
Correo ordinario	US\$ 55
Correo aéreo América	US\$ 60
Otros países	US\$ 65

Buzones correo electrónico

- REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve
- REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve
- UNIDAD DOCUMENTACION / documentacion@gumilla.org.ve
- ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve



Luego de hacer un recorrido histórico en torno a la institucionalización del binomio Norte-Sur, utilizado como juego de palabras para marcar, no sólo geográficamente sino en los más variados sentidos, las diferencias entre las naciones ricas ubicadas al norte del hemisferio en contraposición con la pobreza observada en el sur, sugiere Eleazar Díaz Rangel que esa asimetría que permite que en el sur vivan 1200 millones de pobres y mueran 30 niños cada día, es la misma desigualdad palpable en la infraestructura de la comunicación. Son los países del norte los que manejan la circulación de la información, el control de las tecnologías y el dominio de los satélites, entre otros. Advierte el autor que a pesar de que luego del conocido Informe MacBride cambió un poco el panorama, ciertas circunstancias políticas posteriores provocaron que esos cambios fueran languideciendo dejando en la actualidad un panorama desolador.

■ **Eleazar Díaz Rangel**

El Sur y la



Comunicación



¿Una relación de dependencia?

Desde hace algunas décadas una extensa zona del mundo es clasificada como el Sur para acentuar su contraste con los países del Norte. Las diferencias no solo están marcadas por la posición de los dos hemisferios en el globo terráqueo, sino por el bajo grado de desarrollo, y los altos niveles de penurias, de hambre, de enfermedades que caracterizan a los del Sur.

No está claro cuando comenzó esa división y aunque podría decirse que existe desde que el mundo es mundo, toda vez que no se han producido cambios de importancia en el mapamundi, con la significación que tiene ahora, es de data reciente. Es posible que todo ocurriera después que terminó el proceso de descolonización iniciado luego de la II Guerra Mundial. En esos cambios jugó singular importancia la conferencia afroasiática de solidaridad, reunida en Bandung en 1955, cuando por primera vez en la historia se encontraron jefes de estado de Asia y África, 29 países se hicieron presentes, y entonces dijo Jawarlah Nehru que "nuestros países aquí representados son seguramente muy diferentes los unos de los otros; pero tienen un factor común: la oposición a la dominación en nuestros continentes de Potencias Occidentales".

La "Enciclopedia Internacional de las Relaciones Internacionales y las Naciones Unidas"¹ reconoce que "Los historiadores están de acuerdo en que la influencia de Bandung fue decisiva para el naci-

miento de la política internacional del Tercer Mundo, para las luchas anticoloniales en los siguientes años y para la introducción en la ONU de nuevos Estados de África y Asia que rompieron definitivamente, en el año 1960, la dominación de las potencias coloniales en la ONU”.

En 1961 se inició la liquidación del sistema colonial en el mundo y la creación de Estados independientes en las antiguas colonias. En 1960 se había votado en las Naciones Unidas la declaración respectiva, y España, era otra esa España, estuvo entre los nueve países que votaron en contra. En todos esos años, muchos pueblos luchaban en el Sur por conquistar la independencia. El 2 de noviembre de 1972, cuando se había avanzado bastante en ese camino aunque subsistían territorios coloniales, la asamblea general de la ONU, ahora con 99 votos y solo cinco abstenciones de países que aún mantenían colonias, aprobó una declaración que subrayaba que “el mantenimiento del colonialismo constituye una amenaza para la paz y la seguridad”.

Después, solo después, empezó a hablarse de los países del Sur, y, naturalmente, de la relación Norte-Sur, cuando alguien observó en el globo terráqueo cómo la mayoría de los países industrializados, los más ricos, estaban en el hemisferio Norte, mientras abajo, en el Sur, se amontonaban los pobres, subdesarrollados, aunque después corrigieron: no eran tales, sino que estaban en desarrollo. Así, gradualmente, se desplazó la diferencia, la confrontación, Este-Oeste, que era más temporal, como quedó evidente con la caída del Muro de Berlín en noviembre de 1989, y dejó el campo libre para que los países fuesen agrupados por factores más duraderos, permanentes, donde los cambios se hacen tan difíciles. ¡Cuánto cuesta derribar los muros de la miseria y del hambre!

Se trata de realidades difíciles de superar. Parece imposible romper desigualdades porque estas no hacen sino crecer, pese a todas las palabras que se pronuncian en tantas cumbres mundiales. Jonathan Lash, presidente de la ONG Instituto de los Recursos Mundiales, dijo en Johannesburgo, en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible: “Por encima de todo, debemos preguntarnos: ¿los pobres del mundo estarán mejor dentro de diez años?”. Contundentes son las estadísticas que ofrecen la respuesta.

En 1960, por ejemplo, cuando apenas se iniciaba la descolonización, la brecha entre los países ricos y los países pobres,

“

En el Sur viven 1.200 millones de pobres, mil millones sin acceso a agua potable y 845 millones de analfabetas. Todo lo cual se expresa en una cifra más dramática aún: cada día mueren 30 mil niños en todo el mundo “como consecuencia de enfermedades que se pueden evitar”

”

que es como decir, entre el Norte y el Sur, era de 37 veces, pero en 41 años transcurridos se había duplicado, ahora es de 74 veces. Se han tenido éxitos en el combate del analfabetismo, es cierto, en 1970 el 32,4% no sabía leer y escribir, y en 1990 había bajado a 25,7%, pero los analfabetas subieron en ese mismo lapso de 742 millones a 845 millones. Igualmente se ha reducido la pobreza extrema en el mundo, pero en la década de los 90 el número de personas que vivía en la pobreza extrema en el África subsahariana aumentó de 242 millones a 300 millones.

En el Sur viven 1.200 millones de pobres, mil millones sin acceso a agua potable y 845 millones de analfabetas. Todo lo cual se expresa en una cifra más dramática aún: cada día mueren 30 mil niños en todo el mundo “como consecuencia de enfermedades que se pueden evitar”², y seis mil de esos niños morirán por enfermedades como el cólera y diarreas, relacionadas con la falta de agua limpia.

Podemos tener la seguridad aunque las estadísticas del PNUD no lo muestren con claridad, que casi todos viven en los países del Sur. Por supuesto que es así, pues de los 815 millones de personas desnutridas, en 1999 vivían 777 millones en los países en desarrollo, 23 en países de economías en transición y sólo 11 en los países industrializados. Y de los 113 millones de niños que no van a la escuela, el 97% son de los países del Sur.

El 1% de los más ricos del mundo vi-

ve en los países ricos, como es lógico, pues bien ese uno por ciento tiene ingresos anuales superiores a los que recibe el 57% de la población mundial, bastante más de la mitad. El 5% más rico de la población mundial tiene ingresos que son 115 veces mayores que los del 5% más pobre. Estas no son cifras de investigadores radicales, están contenidas en el más reciente informe anual del PNUD.

LA UNESCO, EL NORTE Y EL SUR

En 1976, en Nairobi, la Asamblea General de la UNESCO, resolvió que se adelantara “un examen general de los problemas relativos a la comunicación en la sociedad contemporánea, a la luz de los progresos tecnológicos y de la evolución creciente de las relaciones mundiales en toda su complejidad”, escribió Amadou Mahtar M’Bow, su Secretario General, en el prefacio del libro “Un solo mundo, voces múltiples” contenido de lo que en lo sucesivo se conoció como Informe MacBride, en honor a quien presidió la amplia comisión designada para dirigir esos estudios.

Como era de suponer, esa exhaustiva y multidisciplinaria investigación no hizo sino revelar las abismales diferencias entre el Norte y el Sur, entre los países industrializados y los países en desarrollo. Desequilibrios y desigualdades en la infraestructura de la comunicación, circulación de información, en el control de las tecnologías, en el uso de los medios, en el acceso a la comunicación, en el dominio de los satélites, la transnacionalización de la comunicación y de la información, en la propiedad de los medios, en la programación de la televisión, en fin, no hubo un solo aspecto estudiado donde no se encontraran tantas y enormes diferencias.

Entre las conclusiones de ese macroestudio, solo quiero extraer tres de ellas. Una dice: “Es indispensable que haya unas sólidas agencias de prensa nacionales para mejorar el modo en que informa sobre cada país la prensa nacional e internacional”³; otras referidas a la tecnología: “El espectro electromagnético y la órbita geoestacionaria, que son una y otra recursos naturales limitados, deberían estar más equitativamente repartidos como propiedad común de la humanidad”⁴, y “La concentración de la tecnología de la comunicación en un número reducido de países desarrollados y en las compañías transnacionales traen consigo situaciones de monopolio práctico en este campo”⁵.

En el campo del flujo informativo debemos destacar los avances habidos. En América Latina⁶, por ejemplo, se crearon varias agencias nacionales, y operaron una por iniciativa del sector privado, LATIN (1971), y otras con estímulo estatal: en 1979 en Caracas, ASIN (Acción de Servicios Informativos Nacionales) y ALASEI en 1983 (Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales Informativos); en 1976 la Caribbean News Agency (CANA), la OPECNA, agencia de la OPEP; en Dakar representantes de 18 países crearon en marzo de 1982 la Agencia de Prensa Panafricana (PANA), y a fines de 1985 la agencias de 23 países de Asia y el Pacífico acordaron en Kuala Lumpur, Malasia, iniciar un intercambio mediante la Red de Noticias del Asia Pacífico (RNAP), para “reducir el desequilibrio informativo en la región”. El sistema más importante fue el Pool de Agencia de los No Alineados, fundada en 1975 con 12 agencias de igual número de países, y que cinco años más tarde agrupaba 83 agencias.

De la misma manera hubo avances en el tráfico de noticias, descendió de manera significativa el peso de las agencias norteamericanas, y aunque siguieron dominando las transnacionales, se observó mayor pluralidad y algún equilibrio. También se dieron pasos importantes en el campo de la radiodifusión.

Estos cambios se producen en el marco de un amplio debate que nos dividió a quienes propiciábamos junto a la UNESCO lo que entonces se llamó un “Nuevo orden internacional de la comunicación y de la información” (NOIIC), y quienes en el fondo querían mantener el estado existente, que pugnaban contra cualquier intento regulatorio que denunciaban como restrictivo de las libertades de informar y de opinar, y que en todo caso exigían que la oferta y la demanda, el desarrollo de los países, la cooperación técnica, la asistencia de los industrializados, fueran los factores que promovieron las mejoras. Nada de leyes, ni de intervención del Estado, ni de organismos internacionales.

La UNESCO, que promovió ese debate en el mundo, debió pagar un alto precio por su osadía. Varios países, con Estados Unidos (1985) y el Reino Unido (1986) a la cabeza, entonces gobernados por Ronald Reagan y Margaret Thatcher, respectivamente, la abandonaron y debilitaron sus fondos y planes. El sustituto de M'Bow, Federico Mayor, dio un paso atrás para tratar de atraer a las potencias que se retiraron; y desde entonces murió

“

“El espectro electromagnético y la órbita geostacionaria, que son una y otra recursos naturales limitados, deberían estar más equitativamente repartidos como propiedad común de la humanidad”

”

toda esa política, esa búsqueda, y nunca más se habló en las reuniones ni encuentros promovidos por la UNESCO, y sospecho que ni en los pasillos de su sede en París, de comunicación ni de información justas y equilibradas, ni de nada parecido.

Creo que se puede afirmar, sin que estemos exagerando nada, que ese debate que se desarrolló durante más de diez años, en los más variados escenarios, fue la primera confrontación civilizada entre el Norte y el Sur.

EL MUNDO DE LA COMUNICACIÓN

El panorama de hoy es desolador. Aquel florecer de agencias languidece y han desaparecido todos los esfuerzos multinacionales por promover organismos que facilitaran mayor equilibrio en la comunicación y en la información en el mundo. A esto se añade un hecho vinculado al desarrollo tecnológico comunicacional y al dominio de los satélites, como es la existencia de cadenas televisivas que informan las 24 horas, y que controlan el monopolio en todo el Sur de difundir imágenes de los hechos ocurridos en cualquier parte del mundo, toda vez que hoy uno solo de esos sistemas, CNN, tiene 900 cadenas televisivas afiliadas, la mayoría en los países del Sur, pero mientras en otros países son formas alternativas o complementarias, y fuentes de información que utilizan otros medios para el análisis y la interpretación, en cambio en el Sur, para enterarse de lo que sucede en el exterior, son, sencillamente, la noticia. Ni siquiera

la Unión Europea con Euronews se asoma tímidamente a ofrecer las suyas, apenas se les ve.

A comienzos del siglo XX en América del Sur y regiones de Asia, en los años en que estuvo vigente el cártel informativo que se repartió el mundo, se afirmaba que si no lo dice la agencia francesa Havas, no ocurrió; igualmente hoy, puede repetirse en casi todos los países del Sur, si no lo dice CNN, no sucedió.

Roberto Savio, fundador de la agencia Inter Press Service en los años de la discusión del Nuevo Orden Informativo, dijo en Porto Alegre, en el Foro Social Mundial, que “(...)en las relaciones Norte-Sur, el sistema informativo también consolida la dominación, y eso se ha visto muy facilitado por el predominio de las agencias transnacionales. Tres de ellas, Associated Press, Reuters y Agence France Presse, distribuyen más del 70% del flujo informativo internacional. En este terreno, la mitología relacionada con la libertad de información es aun más poderosa”⁷. No conozco la investigación que le permitió llegar a esa tan categórica conclusión, que no hace sino remachar la dependencia que existe en ese campo, seguramente es así, aunque pienso que en América Latina no lo sea.

En otros campos, sin embargo, esa relación es mucho más nítida y la dependencia más acentuada. Hagamos un vuelo rasante por el panorama de la tecnología para contrastarlo con las recomendaciones leídas del Informe McBride.

En 1998, en los países más desarrollados, con solo el 15% de la población del planeta, estaba el 88% de los usuarios de Internet. Y mientras Estados Unidos con el 5% de la población tenía el 50% de esos usuarios, en América Latina y el Caribe, donde vive el 6.8% de la población, vive apenas el 0,8% de quienes tienen acceso a Internet.

Y de los 1899 satélites que había a fines de los años noventa, 1132 eran de la antigua Unión Soviética, 566 de Estados Unidos, 43 japoneses, 17 franceses, y 14 de países del tercer mundo, China y la India entre ellos.

Esa situación ha cambiado, con toda seguridad, pero ninguno de ustedes tendrá dudas en que dirección. Con decirles que un pequeño grupo de países andinos que hace 20 años daba los primeros pasos para lanzar el satélite comunicacional “Simón Bolívar”, todavía no terminan de reunir el dinero, porque el dólar cada día se les hace más caro, y seguramente tendrán que abandonar el proyecto.

Más alarmante aún es el control de la tecnología de la comunicación, y de la propiedad de las respectivas empresas. Un movimiento apenas conocido en el Sur, Democracia en los Medios de Comunicación (DDM) resumió recientemente, que “El actual sistema de medios de comunicación ha sido cooptado por un grupo de seis a nueve corporaciones gigantes”. A la cabeza figura una compañía que es producto de la fusión de América On Line con Time Warner, el empate entre comunicación e información, que las hizo dueñas de 12 compañías de cine y televisión, salas multicines en 12 países, 29 proveedores de TV cable o servicios digitales, 24 editoriales, 35 revistas, 52 sellos discográficos, 10 portales de Internet⁸. La mayoría de estas corporaciones dominan buena parte de los mercados, de los usuarios, y, quizás debemos agregar, de las opiniones de la gente del Sur.

No se puede decir como el ilustre escritor venezolano Arturo Uslar Pietri que “Ha habido, de manera dominante, un mundo visto desde Europa, que todavía no termina de ajustarse a la verdadera realidad planetaria y que pesa mucho en la política, en la cultura y hasta en la posibilidad de paz universal”⁹ porque hoy ni siquiera existe una visión de Estados Unidos de lo que ocurre en el mundo, al menos en el Sur, no es atrevido afirmar que esa visión es la de la CNN.

¿Existe capacidad para ofrecer resistencia, corrijo, imágenes y noticias distintas, alternativas?

Hace más de 20 años, cuando la comisión MacBride terminaba su trabajo de investigación, de consultas y debates en el seno de la UNESCO, afirmaron respecto a las inversiones en la infraestructura tecnológica: “Los países desarrollados pudieron invertir 16,10 dólares por habitantes en 1968 y elevaron esa cantidad a 54,40 en 1977. En los países en desarrollo las cifras correspondientes fueron: 1,60 en 1968 y 6,70 en 1977. Con ese ritmo de progresión, su inferioridad relativa se prolongará durante muchos años todavía”¹⁰. En 1995 debieron ser esas inversiones de 109,46 y de 13,40, respectivamente

Si dispusiéramos de las últimas cifras, después de tantas megafusiones, la desproporción Norte-Sur en la inversión en tecnologías de las comunicaciones y de la información, si antes era comparable entre la altura del Everest con las del lago Titicaca¹¹, hoy podría ser equivalente a la que existe entre el mismo Everest pero con las playas mediterráneas.

Hay que reconocer avances. Por ejem-

“

Un pequeño grupo de países andinos que hace 20 años daba los primeros pasos para lanzar el satélite comunicacional “Simón Bolívar”, todavía no terminan de reunir el dinero, porque el dólar cada día se les hace más caro, y seguramente tendrán que abandonar el proyecto.

”

plo, en la prensa diaria. Mientras disminuyó el número de diarios en el Norte, de 5266 que había en 1970 a 3977 en 1996, así como el número de ejemplares por cada mil habitantes, de 292 a 226; en los países en desarrollo, en el Sur, en ese mismo período el número de diarios subió de 2681 a 4419, y los ejemplares por mil habitantes, de 29 a 60, se duplicaron.

Pero igualmente importa conocer que pese a tales avances cuantitativos, existen 43 países y territorios con solo dos diarios, o que no tienen ninguno o apenas un periódico, entre ellos Belice, Dominica, Granada, Santa Lucía y las Malvinas, todas en el Sur latinoamericano.

Algo más acentuado se observa con la televisión. Mientras hay 24 países, casi todos el Norte, con más de 500 aparatos de TV por cada 1000 habitantes, es decir, uno por cada dos; en el Sur hay 22 países que tienen uno por cada mil. Y mientras existen 72 países con más de 500 radio receptores por 1.000 habitantes; en el Sur hay 20 con menos de 100 radiorreceptores. En ese Sur hay algunos países en desventaja frente a los demás. Nada fácil equilibrarlos.

Y a esto se añade lo más preocupante, y es que bastaría hacer un estudio de contenido de esa prensa para observar la enorme proporción de material redaccional y de entretenimiento originado en el Norte.

En la televisión, esa realidad es alarmante. En 1973 la UNESCO solicitó a dos investigadores finlandeses, Tapio Va-

ris y Kaarle Nordenstreng, un estudio sobre el flujo mundial de programas de televisión, y los resultados no sorprendieron a nadie. Existen países exportadores, con Estados Unidos a la cabeza, de contenidos televisivos, noticias y entretenimiento; en los países del Sur más del 40% de los programas eran importados. Una investigación diez años después no reflejó variaciones: “En comparación con las cifras de 1973, la actual situación parece repetir el primer patrón. En consecuencia, no se han producido cambios evidentes en la cantidad de programas extranjeros. En todas partes del mundo existen países que dependen fuertemente de las importaciones extranjeras en su programación(...)”, reconoció uno de ellos¹².

¿Qué podemos decir ahora, con la expansión de la TV por cable y del acceso a internet por cada día mayor número de personas de medianos ingresos? Esa relación de dependencia de la gente del Sur con respecto al Norte no ha hecho sino aumentar. La investigación global está pendiente, pero todo cuánto se ha venido conociendo y observando en cada uno de nuestros países no hace sino confirmarlo.

¿ES POSIBLE HACER ALGO?

Existe la dependencia del Sur con respecto al Norte en el área comunicacional. Ha existido desde que aparecieron esas realidades económicas, sociales y políticas; desde que unos países por casualidad ubicados en el hemisferio Sur, mostraron enormes diferencias de desarrollo respecto a los que están al Norte. No es discutible. Si hasta algunos países del Norte tienen rasgos de esa dependencia, ¿cómo no la vamos a tener los países del Sur!

Resulta desmesurado el poder que hoy han concentrado quienes controlan los medios de comunicación en el mundo. En 1995, un equipo de *Le Monde Diplomatique* coordinado por Ignacio Ramonet, publicó en ese periódico una serie de estudios donde a los propietarios de las empresas que dominan la comunicación y la información les llamaron “los nuevos dueños del mundo”. Precisamente Ramonet escribió al respecto: “Las finanzas, el comercio, los medios, entre otros dominios estimulados por las nuevas tecnologías, han conocido una verdadera explosión y dado nacimiento a imperios económicos de nuevo tipo que elaboran sus propias leyes, establecen sus sitios de producción, desplazan sus capitales a la velocidad de la luz, e invierten en todos los

confines del planeta. No conocen fronteras, Estados ni culturas. Se burlan de soberanías nacionales. Indiferentes a sus consecuencias sociales, especulan con las monedas, provocan reacciones y sermonizan a los gobernantes”¹³.

El ex Presidente de la República Dominicana, Leonel Fernández, planteó hace poco un aspecto del problema en estos términos: “Pero todo esto, toda esa tecnología, no ha surgido porque alguien muy inteligente, muy ingenioso ha querido crear una tecnología simple y llanamente para satisfacer la curiosidad y el placer de la gente. Esta tecnología ha surgido para estar al servicio de las corporaciones transnacionales, del interés de la producción transnacional, del interés de las finanzas transnacionales (...) Las películas, los seriales de televisión, las telenovelas, todo está orientado en una misma dirección: hacernos ciudadanos de un orden mundial que ha sido concebido en unos términos de maximización de beneficios, y eso nos lleva a otro elemento que es fundamental para entender lo que es la globalización moderna: el factor ideológico”¹⁴.

Durante el Día Mundial de la Alimentación de 2002 en la Conferencia de la FAO, en Roma, el presidente venezolano Hugo Chávez resumió diciendo que “hay que atacar es el modelo económico que se ha impuesto en el mundo, es el modelo de explotación, es el capitalismo salvaje”, el neoliberalismo galopante.

Estamos ante una cambiante realidad, la cual no hace sino evidenciar esa enorme concentración de poderes en el Norte, y, dentro de los países del Norte, en un pequeño grupo de poderosos propietarios que controlan a los más poderosos mecanismos de comunicación y de información.

Hace un poco más de veinte años, en Quito, auspiciados por varias instituciones, nos reunimos en el seminario “La comunicación en el diálogo Norte Sur” un grupo de expertos, periodistas, investigadores y otros interesados en ese problema. En las primeras conclusiones se lee que “la brecha creciente entre las naciones ricas y las naciones pobres es el mas dramático problema de la humanidad. Los efectivos conflictos de intereses entre países del Norte y países del Sur exigen respuestas globales y urgentes si se desea que el diálogo Norte-Sur sea una alternativa creíble de cooperación internacional”.

“Las desigualdades y los desequilibrio en el intercambio económico, la hegemonía y la dependencia, la transnacionalización de la economía mundial son,

“

“La brecha creciente entre las naciones ricas y las naciones pobres es el mas dramático problema de la humanidad. Los efectivos conflictos de intereses entre países del Norte y países del Sur exigen respuestas globales y urgentes si se desea que el diálogo Norte-Sur sea una alternativa creíble de cooperación internacional”.

”

entre otros, elementos que cada vez hacen más inalcanzable el desarrollo económico y armónico y sanamente independiente de los pueblos. Y sus efectos estallan más allá de lo puramente económico”. El documento reflejaba la esperanza en el Nuevo Orden Económico Internacional y en el Nuevo Orden Internacional de la Información y de la Comunicación, y después de otras 18 puntualizaciones, terminaba así: “Valoramos cada esfuerzo autónomo o asociado, cada acuerdo regional o subregional, cada instancia concreta de cooperación entre los países del Sur y del Norte que efectivamente contribuyan a dar pasos hacia la democratización de procesos y estructuras de la comunicación”.

“Estamos conscientes de que hacen falta múltiples esfuerzos solidarios ante la magnitud de los desafíos que nos deja como herencia un viejo orden dominante. Queremos asumir nuestro papel en este proceso de construcción de una comunicación, una economía y una sociedad más justa, mas democrática y más participativa”¹⁵.

Vistos los resultados, el aumento de la brecha entre el desarrollo tecnológico de los países del Norte y los países del Sur, y la forma como se ha incrementado el grado de dependencia de los medios del Sur respecto al Norte, habrá que pensar que fuimos ingenuos quienes confiamos en lo que estábamos firmando. Nadie puede hablar hoy de nuevos ordenes de nin-

gún tipo, ni económico ni de la comunicación ni de la información.

Sin embargo, estamos ante la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, promovida por las Naciones Unidas en Ginebra. Uno no sabe si compartir las reservas que la Nobel de la Paz Rigoberta Menchú y el presidente de Venezuela Hugo Chávez han expresado sobre estas reuniones. Pero no nos queda más nada, que seguir en esa hazañosa tarea de pugnar por cambiar esa realidad, y confiar no sólo en que allí se debatirán estos problemas sino que seguramente se acordarán recomendaciones para resolverlos y reducir la brecha comunicacional Norte-Sur, y los crecientes niveles de dependencia.

■ **Eleazar Díaz Rangel**
Periodista de amplia experiencia y Director del diario *Últimas Noticias*

Nota de redacción: Ponencia presentada por el autor en el XIII Encuentro de Barcelona. Fundación por la Paz, 25 y 26 de octubre 2002, Barcelona

Notas y referencias bibliográficas

- 1 Edmund Jan Osmanczyk, Fondo de Cultura Económica, México, 1976.
- 2 Informe sobre Desarrollo Humano 2002, PNUD, Ediciones Mundi-prensa, p. 980, impreso en España.
- 3 “Un solo mundo, voces múltiples”, UNESCO, Fondo Cultura Económica, México, 1980, p. 435.
- 4 Ibidem, p. 439.
- 5 Ibidem, p. 442.
- 6 En “La información internacional en América Latina”, Monte Ávila, Editores, Caracas, 1991, estudio todo este proceso desde los años de la conquista hasta nuestros días.
- 7 “Democracia y de las comunicaciones y de los media”, febrero 2002, II Foro Social Mundial.
- 8 Nueva York, 18 oct. 2002, (IPS), por Gabriel Packard.
- 9 “La visión del mundo”, El Nacional, Caracas, 22 enero 1984.
- 10 “Un solo mundo, voces múltiples”, p. 229.
- 11 El más grande de América del Sur, y el más alto del mundo, a 3.812 metros.
- 12 Tapio Varis, revista “Chasqui”, CIESPAL, Quito, enero-marzo de 1984.
- 13 “Poderes de fin de siglo”, Le Monde Diplomatique”, mayo 1995.
- 14 Exposición en el seminario internacional “Democracia en América Latina: Globalización e integración regional”, organizado por FELAP y el CPD, 5 de abril de 1999, Santo Domingo.
- 15 “La comunicación en el diálogo Norte Sur”, revista CHASQUI, CIESPAL Quito, enero-marzo 1982.

Galería de Papel. Fotografía: Nicolás Pineda.



MEDIOS DIGITALES

Los medios digitales tienen algunas características similares a las de los medios clásicos o tradicionales, es decir, prensa, radio, y televisión; sin embargo, también tienen sus rasgos distintivos, a saber: 1) Mensajes elaborados con Hipertexto o Hipermedia; 2) Actualización continua de la información; 3) Acceso a un volumen mayor de información; 4) Interactividad peculiar; y 5) Posibilidad de ofrecer un producto personalizado. De acuerdo con el criterio de diversos especialistas, algunas de las características antes mencionadas suponen una nueva forma de presentar y estructurar los mensajes periodísticos. El presente trabajo determina y analiza el criterio de un grupo de comunicadores on line de los principales diarios digitales venezolanos sobre las diferencias existentes entre un medio impreso y uno digital.

■ **Carlos Abreu Sojo**

Y CAMBIOS EN EL PERIODISMO

La óptica de nuestros comunicadores on line

Pareciera haber consenso entre los especialistas en que, con Internet, estamos ante un nuevo medio de comunicación. Aun cuando la Red tiene algunas características similares a las de los medios "clásicos", vale decir, prensa, radio y televisión, también posee sus rasgos distintivos.

Una de esas características es el *hipertexto*, suerte de entramado electrónico, compuesto por palabras, algunas de las cuales están vinculadas con otros textos o documentos, y que se materializa en hipervínculos o hiperenlaces. De modo que es una escritura no secuencial que se contrapone a formas de expresión tradicionales como la escritura convencional y el discurso hablado (Landow, 1995: 91).

El hipertexto tiene su máxima expresión en el *hipermedia*, que permite enlaces no solamente a otros fragmentos de texto, sino además a otras formas de media tales como sonido, imágenes y anima-

ciones. En otras palabras, combina hipertexto con multimedia (Joyanes, 1998: 70).

Otro rasgo distintivo de Internet, y su manifestación más vinculada al periodismo, es decir, la Web, es la posibilidad que tienen los diarios electrónicos de *actualizar continuamente la información* según se va generando la noticia. Por ejemplo, *The Washington Post* y *The New York Times* renuevan constantemente sus textos e imágenes (Abreu, 2003: 83).

Ergo, en el llamado periodismo electrónico, en línea, en red, en la Web o digital -estas denominaciones suelen utilizarse como sinónimo-, es factible actualizar casi instantáneamente las informaciones, como en la buena radio o televisión, y ha dado nacimiento al término información en "tiempo real".

No sin razón, alguien pudiera señalar que el "tiempo real" no es una novedad de Internet, ya que la radio y la televisión vienen difundiendo información en "vivo y di-

recto” -su equivalente- desde hace algunas décadas.

En este sentido, resulta oportuno citar el pensamiento de Quim Gil (1999: 6) quien aclara que “a diferencia del flujo informativo de la radio y la televisión, que es substitutivo de las informaciones previas, el flujo de la Red es acumulativo. Publicar una información no implica necesariamente la eliminación de la información desfasada o su clasificación en un archivo aparte”.

El periodismo electrónico, por otra parte, ofrece al usuario la posibilidad de tener acceso a un *volumen de información mayor* que la edición impresa, el noticiero de radio o de televisión. Incluso hay quienes piensan que, más allá, de lo cuantitativo, los medios digitales además tienen la posibilidad de tratar más profundamente el mensaje.

¿Y qué decir de la *interactividad*? Los expertos en el tema resaltan esta característica, de suyo una de las grandes ventajas de los medios en línea, cuyo rasgo distintivo es que permite al cibernauta la posibilidad de escoger qué información va a recibir, tanto desde el punto de vista de la forma como del volumen.

A juicio de Lizy Navarro (2001: 4) el éxito de Internet se debe a las amplias posibilidades que ofrece el medio para comunicarse con él. Añade que la retroalimentación es casi inmediata. “Se presenta una bidirección donde el emisor y el receptor se encuentran en un mismo plano. Así, el tradicional esquema de emisor-canal-receptor se transforma”.

Esa bidireccionalidad de la que habla Navarro se concreta a través de diversos mecanismos -algunos propios- de la red como el e-mail, foros, chats, encuestas de opinión, y perfil del lector, entre otros.

De otro lado, el periodismo digital permite la posibilidad de un *producto personalizado*. Esta característica ha sido resaltada por algunos estudiosos, al punto de que en virtud de ella se considera que estamos ante un nuevo paradigma de la comunicación, y ante la muerte de los medios de comunicación de masas.

Aun cuando parece prematuro hablar en estos momentos de la defunción de los medios tradicionales, sí es un hecho que en los medios digitales el emisor ofrece información, y es el usuario quién decide qué recibe, cuándo y cómo. En otras palabras, es factible que la estructura y presentación de los medios en línea pueda adaptarse a los gustos, intereses y conocimientos de cada destinatario.

Este nuevo esquema del proceso de la comunicación se denomina *narrowscas-*

“

De otro lado, el periodismo digital permite la posibilidad de un producto personalizado.

Esta característica ha sido resaltada por algunos estudiosos, al punto de que en virtud de ella se considera que estamos ante un nuevo paradigma de la comunicación

”

ting y, al contrario del *broadcasting*, propio de la radio y la televisión, está definido por cada uno de los receptores, o usuarios, y no por el emisor del mensaje.

TRANSFORMACIONES EN EL PERIODISMO

De acuerdo con el criterio de diversos especialistas, algunas de las características antes mencionadas suponen una nueva forma de presentar y estructurar los mensajes. Por ejemplo, en cuanto al hipertexto se considera que la jerarquía de la información cambia ostensiblemente toda vez que en este sistema partes del discurso, desde palabras hasta imágenes -en el caso de hipermedia-, se relacionan, gracias a los *links*, con información de uno o más documentos.

De manera que la Red se caracteriza por disponer de una capacidad de memoria casi ilimitada, lo que permite que el periodista ofrezca *backgrounds*, utilice archivos y haga público el acceso a bases de datos. Asimismo, permite fortalecer el texto con documentación adicional, obtenida ora en el archivo del periódico ora mediante enlaces directos a las fuentes de información. Esto, por lo demás, supone una mayor preparación y discernimiento de parte del periodista (Sandoval, 2001: 6).

Ergo, el hipertexto hace que los periodistas desarrollen una vinculación entre conocimientos o hechos comunes, aunque

a veces estén tan alejados que parezcan no tener vinculación, lo que pone de relieve de nuevo al periodismo interpretativo. Pero, al mismo tiempo, la hipertextualidad exige una capacidad de síntesis, toda vez que muchos usuarios no disponen de mucho tiempo para pasarlo delante de la computadora, amén del caudal de información existente en Internet.

Las posibilidades del hipertexto y/o del hipermedia le aseguran al periodista un amplio espacio cuando desee documentar un trabajo periodístico permitiéndole ampliar el mensaje, incluir nuevos testimonios y réplicas de fuentes, por ejemplo. Igualmente, el uso de diferentes links aumenta las posibilidades de contrastar las informaciones al establecerse enlaces con otras versiones de dicha información en la Red. “Explicitar el proceso de creación y gestión de la información -asegura Quim Gil- también acrecentaría la credibilidad” (Gil, 1999: 2).

La actualización continua permite renovar las noticias periódicamente si fuera necesario. Por ejemplo, si sucede un acontecimiento en determinado sitio del mundo es factible reseñar el mismo en pocos minutos y actualizar los textos, imágenes y sonidos en la medida que se reciben nuevas informaciones en torno al mismo.

Esta característica pareciera conducir al periodismo *on line* hacia la senda de la doctrina de la objetividad, donde el inmediatismo es fundamental. No obstante, especialistas como Raúl Trejo (1998: 11) estiman que habrá publicaciones electrónicas que tratarán de imitar a la radio y la televisión -en cuanto a suministrar grandes cantidades de noticias-, mientras que otras preferirán ubicar los acontecimientos en un contexto, documentarlo o explicarlo.

La interactividad conlleva algunas innovaciones en materia de elaboración de los mensajes periodísticos, por ejemplo, la posibilidad de que los lectores puedan ser coautores de la información. Verbigracia, *La Nación OnLine* publica fotos, y el cibernauta envía leyendas o completa globos. Del mismo modo, *Intervoz* propicia la participación de su audiencia al presentar historietas con globos en blanco. Y en *La Nación* el lector puede crear su página personal del tiempo seleccionando lugares (Echeverría, 1999: 4-5).

Otra novedad es que se puede contar el número de veces que los lectores consultan una información. Esto permite determinar el grado de interés que despierta dicho mensaje y, en consecuencia, planificar su ulterior cobertura. Más aún, la interactividad permite que el receptor del mensa-

je pueda refutar al periodista, comentar lo que escribe o aportar nuevos datos.

Como indica Hilda García Villa (2000: 3), el usuario participa en los contenidos que desea encontrar:

El juicio editorial tiende a transformarse y ese poder de decisión con que el editor cuenta en otro medio, se ha visto reducido en Internet. Ahora tiene un jefe más con quien debatir los temas y encuentra una manera más cercana a su lector. La información fluye tal y como los usuarios quieren que sea, pues es el mismo ciberlector quien interactúa con el sistema y con otros usuarios a través de comunidades virtuales según sus intereses.

Incluso, hay quienes estiman que las características de los periódicos *on line* conllevan una nueva retórica. Aunque la retórica lineal numeraria que establece un orden, muy adecuado para la imprenta, continúa apareciendo dentro de los bloques de textos individuales de las ediciones digitales, sin embargo, no puede ser empleada para estructurar argumentos en un medio que propicia recorrer caminos diferentes en vez de seguir uno lineal.

En general, se ha propuesto una nueva sintaxis para el medio electrónico, donde la brevedad y precisión de los textos es fundamental. La idea es que el lector no se canse ante la pantalla de la computadora, la cual tiene sus límites y exigencias, que difieren sustancialmente de las de la lectura convencional.

En este sentido, Serge Guérin (En Castañeda, 2001) estima que “el paso hacia la pantalla” requiere de una escritura menos literaria, más cerca del lenguaje oral. Añade que las frases deben ser cortas y el vocabulario simple pero imaginativo. “Además, el trabajo de edición en los tres niveles de lectura (el título, el antetítulo, los subtítulos y los sumarios) demanda una simplificación de la presentación, puesto que la aprehensión de la página reduce el impacto de los titulares”.

La admisión de la existencia de una nueva retórica o de un nuevo lenguaje no supone un cambio sustancial en los fundamentos del oficio de periodista; en otras palabras, todavía es insoslayable saber, por ejemplo, investigar, jerarquizar y titular una información. Empero, hay quienes como Concha Edo (2000:5) creen que será necesario recurrir a nuevos géneros periodísticos, y a un nuevo concepto de narrativa que se identifique con la navegación, a la par de recuperar esquemas clásicos como la pirámide invertida.

Pero ¿qué piensan nuestros comunicadores *on line* sobre estos planteamientos?

“

Se ha propuesto una nueva sintaxis para el medio electrónico, donde la brevedad y precisión de los textos es fundamental.

La idea es que el lector no se canse ante la pantalla de la computadora, la cual tiene sus límites y exigencias

”

LOS COMUNICADORES ON LINE VENEZOLANOS Y LOS CAMBIOS EN EL PERIODISMO

Objetivos generales:

Determinar lo que piensan periodistas de diarios *on line* de Caracas sobre las diferencias existentes entre un medio impreso y uno digital desde el punto de vista de la elaboración de los mensajes periodísticos.

Indagar acerca de cuáles herramientas debería adquirir un estudiante de Comunicación Social para poder desempeñarse de manera idónea en un medio digital

Objetivos específicos:

Determinar:

- Qué diferencias hay entre redactar para un medio impreso y uno digital
- Si los géneros periodísticos siguen vigentes en los medios digitales y por qué razones
- Si han surgido nuevos géneros con el periodismo digital
- Cuáles modalidades de periodismo (“objetivo”, interpretativo, investigativo, de Precisión, Nuevo Periodismo, etc) se adaptan más a las características del periodismo digital
- Qué debería aprender un estudiante en una escuela de Comunicación Social para llegar preparado a un medio digital.

Metodología:

Para indagar en los objetivos antes planteados se realizó una encuesta calificada entre 18 comunicadores *on line* de los diarios Meridiano On-Line (1), El Mundo Digital (3), El Nacional.com (3), Ultimas Noticias.com (4), El Universal.com (4), y 2001.com.(3). El instrumento de medición de esta investigación estuvo conformado por un cuestionario, hecho de acuerdo con los objetivos antes mencionados.

El citado cuestionario fue diseñado con preguntas estructuradas abiertas y administrado en los mencionadas publicaciones digitales por los estudiantes Adriana Carmona, Aimara Cañizales y Luigi Celi (Meridiano On-Line), Nydia Chacón y Ricardo Cabrita (El Mundo Digital), Gabriela Centeno, Laura Cavada y Ernesto Campo (El Nacional.com), Argelia Bolívar (Ultimas Noticias.com), Iván Alonso, Víctor Amaya, José Blanco y Tulio Casal (El Universal.com) y Xionellys Castillo, y Jeimy Avendaño (2001.com). Los cuestionarios fueron distribuidos y llenados en mayo de 2001.

Al ser reducido el grupo de comunicadores encuestados, y debido a que el cuestionario se fundamentó con base en preguntas abiertas, el análisis de los resultados es cualitativo. En este sentido, se presentan las respuestas de los encuestados a cada pregunta; posteriormente, en las conclusiones, se hace un breve análisis e interpretación de las respuestas más polémicas, y se puntualizan los resultados más relevantes conforme a los objetivos propuestos.

RESULTADOS

Presentación

Pregunta N° 1: ¿Qué diferencia hay entre redactar para un medio impreso y uno digital?

A juicio de José Valladares, periodista de Meridiano On-Line, la diferencia principal que existe entre la redacción para un medio impreso y uno digital es que el primero puede, por sus características, “aceptar” artículos o reportajes de extensión considerable, mientras que el segundo debe tener menor cantidad de texto, y mayor cantidad de recursos gráficos. “Por otra parte, el lenguaje en el medio digital tiende a ser más sencillo y directo que en el medio impreso”, añade.

Olguer Chacón, Redactor Web de El Mundo Digital, asegura que se piensa que un redactor de un medio digital tiene desventajas sobre el redactor del medio impreso cuando no es así. “El periodista del

medio digital tiene más ventajas debido a que tiene más espacio en la página, lo que significa que puede dar más detalles de la información y colocar más fotos que en el medio impreso”.

Añade Chacón que la diferencia no es sólo entre el periodista del medio web y del medio impreso, sino con los periodistas de los otros medios, ya que el redactor del medio digital tiene que ser más rápido como el de la radio, tan extenso como el del medio impreso, y tan detallista como el de la televisión. “El periodista digital tiene que ser muy breve, ya que debe pensar en el factor económico, debido a que conectarse a Internet actualmente es bastante costoso”, puntualiza.

Por su parte, Claudia Furiatti, Coordinadora de Contenido Web de la citada publicación, asegura que la Red permite extenderse al periodista en lo que considere necesario para informar al usuario y dar más detalles de la información “ya que tienes más espacio que un medio impreso”.

Y Juan Francisco Alonso, Redactor Web del Mundo Digital, estima que hay muchas diferencias entre redactar para un medio impreso y hacerlo en uno digital. “En el medio impreso la información puede perdurar. El periodista la puede archivar o guardar; en el medio digital no. La fugacidad de la información es mucho mayor. En el medio digital la noticia en un primer momento tiene que ser breve y concreta para mantener la atención del lector y también debe tener mucha ilustración”.

En El Nacional.com, Cynthia Rodríguez, Coordinadora de Contenido, considera que la única diferencia que existe entre un medio y otro es que al tipo de persona que “le estás hablando en cada uno de ellos”, es distinta. Añade que si el que lee un medio impreso también visita un site es porque está buscando algo conciso y preciso, e información rápida y actualizada.

“La gente que lee el periódico tal vez está buscando algo más extenso y más reflexionado, y además los medios impresos tienen un período de producción que les permite esa reflexión, mientras que los medios digitales lo que buscan es la instantaneidad. Esa es su principal ventaja: que puedes estar en todas partes todo el tiempo”.

Rodríguez considera que trabajar en un medio digital no es más difícil que hacerlo en uno impreso. “Ciertamente hay que tener mayor capacidad de síntesis, pero no tienes las limitaciones de espacio que tienes en el papel”. A su juicio, en Internet es factible aprovechar una cantidad de formatos que no se pueden usar en un

“

Solangel Rodríguez, Coordinadora de Producción y Contenido de la citada publicación, piensa que el medio digital tiene dos ventajas: se debe ser muy conciso al redactar la información y se dispone de mucho más espacio para colocar “muchísima” más información.

”

periódico tradicional. “Es mucho más rico en este sentido”, concluye.

Mientras, Solangel Rodríguez, Coordinadora de Producción y Contenido de la citada publicación, piensa que el medio digital tiene dos ventajas: se debe ser muy conciso al redactar la información y se dispone de mucho más espacio para colocar “muchísima” más información. “La riqueza de la parte digital –agrega– es que te permite utilizar muchas más herramientas además del texto. Es ofrecer información más rica, ayudado por elementos del ciberespacio”.

En opinión de Mariam Larrazábal, gerente de la Unidad de Negocios Interactivos de El Nacional.com., la diferencia fundamental entre ambos medios es que se escribe para dos tipos de público distintos. “No es lo mismo la persona que lee un texto impreso a la que se expone a una pantalla para informarse acerca de cualquier acontecimiento”, explica. “De allí se desprenden varias diferencias fundamentales que están dadas por las características propias del medio electrónico, donde tienes textos más directos, más cortos, más dinámicos. Cada vez esta tendencia se hace más marcada”.

Añade Larrazábal que desde que empezaron a llevarse textos a Internet se pueden conseguir textos más amplios, largos y cada vez el usuario requiere informarse de la mayor cantidad de cosas en el menor tiempo posible. “Eso obliga a ser mucho más certero en la escritura, más directo, y

eso crea unas diferencias fundamentales a la hora de escribir para un periódico o producir un contenido para Internet”.

Para Larrazábal, la otra diferencia fundamental es que cuando se trabaja para un medio electrónico hay que pensar en un “mix” de operaciones para brindárselas al usuario, y que exceden a la palabra escrita. “Tú puedes complementar con imágenes, con archivos de video, audio e históricos del mismo texto; cosa que no puedes hacer en otro formato”.

En opinión de Olguer Chacón¹, Redactor y Coordinador Web de Últimas Noticias.com., hay muchas diferencias entre redactar para ambos medios. “Hay diferencias porque el medio impreso permite agregar recursos, agregar fotografías, controlar todo el proceso de la edición o de la incorporación de las informaciones”.

Agrega que en el caso del medio digital hay “rigidez” de formato, limitaciones en cuanto a los caracteres del antetítulo y el título, y un espacio muy reducido para el sumario y el cuerpo. “Tengo el problema de la inmediatez. El periódico es más frío, no da un tubazo pero da más información, más profundidad”.

Para Chacón la Web tiene a la radio y la televisión como competidores directos y en muchos casos hay que sacrificar la profundidad para dar la noticia primero. “Tenemos también la ventaja de la caja de última hora donde podemos dar el tubazo y más adelante ampliar la noticia. Título y antetítulo son inapelables. El costo de Internet afecta la lectura de la noticia; tienes que darle al lector lo que busca pero con agilidad, de manera concisa sin perder la contextualización”.

Mabel Lander, Coordinadora de Contenido de Economía, Finanzas e Internacionales del citado medio, considera que redactar para un medio digital es un poco más conciso. “En un medio impreso tú puedes abarcar un poco más en titulares, en subtítulos y antetítulos. En la Web tienes que ser más claro; decir en el titular de lo que se trata la noticia, redactar más concretamente y, por supuesto, responder en el sumario a las 5WH”.

Claudia Furiatti, Coordinadora de Arte y Espectáculos de Últimas Noticias.com., afirma que la diferencia la determina el género con que se esté trabajando para la Web. “En cuanto a la noticia hay que ser muy preciso y conciso, que entre en el título, el antetítulo y el sumario toda la información fundamental de lo que estás cubriendo. Ahora, en otros géneros puedes extenderte mucho más de lo que te permite el medio impreso”.

“En el medio digital la redacción tiene que ser más clara y específica sobre lo que se quiere decir”, es la respuesta de Carolina Gómez, Coordinadora Operativa de la citada publicación.

En El Universal.com Miguel Angel Tortello, para el momento de la investigación Coordinador Editorial de dicho medio, comenzó por afirmar que, en su opinión, el periodismo no ha cambiado nada. A su juicio, el hecho de que una información sea “formateada” para un medio, como en el caso de Internet, no ha traído cambios profundos en el periodismo.

“Es decir, la Internet es una conjunción de medios, y como tal su gran aporte es poder combinar las informaciones que en diferentes formatos se producen para radio, televisión, o prensa, y presentarlas. Pero el tratamiento de la información, tanto en un medio como en el otro, cuando se presenta en Internet no cambia mucho.

Añade Tortello que “si uno se pasea” por los diferentes sites de noticias que “existen por allí, uno verá que la noticia se sigue redactando como noticia, el reportaje como reportaje, el artículo de opinión sigue siendo el artículo de opinión, etc. No podemos decir que eso fue editado, o trabajada la noticia al estilo Web”.

Para Tortello el aporte de Internet, en cuanto a “conjunción de medios”, es la posibilidad de relacionar todos esos formatos a través del lenguaje hipervinculado. “La gran innovación de Internet es que ha podido romper con la linealidad de la lectura”, puntualiza.

Alfredo Yáñez, periodista de El Universal.com, considera que la noticia siempre es la misma. “El medio digital es relativamente nuevo y aún busca su medida para la redacción. En principio, los medios digitales requieren una redacción tradicional, donde impere el uso de la pirámide invertida”. Sin embargo, agrega Yáñez que las posibilidades de espacio permiten adicionar informaciones relacionadas o subordinadas a los textos principales. “En todo caso, los textos deben ser directos, claros y breves”, precisa.

Gilberto Finol, periodista de la citada publicación, estima que la principal diferencia es el espacio que tiene el periodista para redactar. “En impreso es limitado, en Internet no. Esto afecta directamente al estilo; menos espacio requiere mayor precisión y síntesis de los textos”. Agrega que en Internet se puede profundizar más y aplicar el concepto de hipertexto. “De un texto o una palabra puedo conectarme con otra idea que complementa o amplía la principal”.

“

Para Tortello el aporte de Internet, en cuanto a “conjunción de medios”, es la posibilidad de relacionar todos esos formatos a través del lenguaje hipervinculado. “La gran innovación de Internet es que ha podido romper con la linealidad de la lectura”

”

Tulio Casal, a la sazón pasante de El Universal.com, señala que “en principio” la forma de redactar es la misma, es decir, utilizando básicamente la pirámide invertida, en un texto que debe llevar lead, cuerpo y cola. “Por otro lado, el tener más espacio permite utilizar informaciones adicionales o relacionadas, y además en un medio digital se es un poco más flexible con las extensiones de los textos, aunque generalmente no deben ser muy largos -no mayor de cuartilla y media, explica- porque se corre el riesgo de aburrir al lector.

Anyinet Espinoza, redactora de 2001.com, estima que en un medio digital la redacción tiene que ser más concisa “por una cuestión de espacio”. Una opinión similar sostienen los redactores José Luis Carpio y Alberto Maneiro. Para el primero en el medio impreso se debe escribir más extenso, más amplio y en el digital “hay que escribir tipo tips”. Mientras, Carpio afirma que en el periodismo digital se sintetiza la información para ofrecerla de una manera rápida, eficaz y sencilla. “En cambio en la prensa escrita ésta debe ser extensa, se manejan todos los detalles de la información”.

Pregunta Nº 2: ¿Los géneros periodísticos siguen vigentes en los medios digitales? ¿Por qué?

Meridiano OnLine:

José Valladares considera que pese a que el medio digital da “enorme” preponderancia a la noticia, a la información inmediata, también confiere cabida a otros géneros informativos. Añade que lo mismo no ocurre con los géneros interpretativos ya que el dinamismo e inmediatez de la red “conducen hacia la difusión masiva de información al instante, y no hacia el análisis de fondo de los otros géneros”.

El Mundo Digital:

Olguer Chacón asegura que los géneros periodísticamente “definitivamente” siguen vigentes en los medios digitales porque son los mismos que se usan para cualquier otro medio. “También reedita algunos géneros que estaban en desuso y el reportaje se ha nutrido gracias al espacio web”.

Claudia Furiatti también piensa que “definitivamente” los géneros siguen vigentes, no sin antes aclarar que el medio digital es otro tipo de formato, con sus características propias. “Se podría decir que se adecuán. Hay algunos que prevalecen sobre otros, como los informativos sobre los de opinión, pero en líneas generales siguen vigentes algunos como el reportaje, la entrevista y la crónica, aunque esta última no se practica mucho”.

“Siguen vigentes aunque hay dinamismo ya que, por ejemplo, puede haber una mezcla entre entrevista con noticia, reportaje interpretativo en unión con el investigativo. No hay diferencia específica, pero tampoco hay definiciones claras ya que Internet es un medio muy nuevo”, explica Juan Francisco Alonso.

El Nacional.com:

“Por supuesto que sí”, es la respuesta inicial de Cynthia Rodríguez quien añade que en la Internet uno puede “jugar” tanto con géneros tradicionales como con géneros nuevos, y siempre va a haber público para todas las cosas. “Los géneros periodísticos no van a morir. La Internet, aunque conjuga muchas cosas, jamás va a representar la muerte de ningún género que ya existe”.

Solangel Rodríguez afirma que en ambos medios se usan las mismas herramientas. A su juicio, es muy “sabroso” conseguirse con una crónica, porque la función del medio electrónico es servir de complemento al medio impreso. “Alimentar la crónica con audio y otros recursos puede ayudar a enriquecer el texto escrito. Lo esencial es que no se pierda la calidad de la información porque la lleves al forma-

to digital. La idea es justamente aprovechar todos los recursos de la parte virtual para aprovechar los géneros periodísticos con la nueva tecnología”.

Por su parte, Mariam Larrazábal sostiene que los géneros requieren una “adecuación” y adaptarse a las características propias del medio digital. En su opinión, la esencia del periodismo es la misma desde sus inicios, y lo que hace es transformarse o adaptarse a las capacidades o características de cada uno de los medios o soportes”.

Añade que todas las herramientas que permiten una interactividad inmediata como foros, encuestas en línea y chats, ayudan a tener un mayor contacto con quienes visitan la página. “En cuanto a los géneros no se puede tener un sitio dotado sólo con herramientas interactivas, sin tener sustancia que pueda ser presentada de diversas formas, gracias a reportajes, entrevistas y crónicas, perfectamente factibles en medios electrónicos, sólo que con sus características que los diferencian porque se trata de un medio con un soporte distinto”.

Ultimas Noticias.com:

A juicio de Olguer Chacón los géneros no solamente siguen vigentes sino que se refuerzan, se reavivan, o se redimensionan. “Por ejemplo, un género que había caído en desuso como el fotorreportaje, en la Web se puede montar con una o dos docenas de fotos, cuestión que no se puede hacer en el medio impreso. Los géneros se redimensionan porque puedo agregar iconos, sonidos, video, hipertextos, vínculos, etc”.

Mabel Lander sostiene que los géneros “por supuesto” que se mantienen pero se presentan con técnicas distintas para cada medio. Y Claudia Furiatti estima que los géneros se mantienen, se modifican y se enriquecen; en consecuencia, no perecen. “Sin embargo, la crónica diría yo que es la más ausente en las páginas Web”. Una opinión similar tiene Carolina Gómez. “Lo que yo veo diferente es que puedes agregar sonido e imagen combinado con el texto a las entrevistas, noticias y reportajes, lo que no puede hacerse en el medio impreso”.

El Universal.com:

Miguel Ángel Tortello sostiene que en el periodismo digital los géneros mantienen su forma. A juicio de Alfredo Yáñez todos los géneros siguen vigentes. “Esto simplemente es un nuevo medio, con códigos específicos, que aún se forman, pero que en todo caso adapta perfectamente cada uno de los géneros periodísticos. El

“

A juicio de Olguer Chacón los géneros no solamente siguen vigentes sino que se refuerzan, se reavivan, o se redimensionan.

Por ejemplo, un género que había caído en desuso como el fotorreportaje, en la Web se puede montar con una o dos docenas de fotos, cuestión que no se puede hacer en el medio impreso.

”

medio digital le añade a cada género las posibilidades multimedia; por lo tanto, además de darle vigencia, los amplía”.

“Creo que sí, sólo que se han tratado de adaptar a un espacio distinto, que funciona bajo otros parámetros gráficos, pero son los mismos géneros”, asegura Gilberto Finol. De modo similar piensa Tulio Casal. “Sí, lo único es que sobre la base de esos géneros se le han ido adaptando o adicionando los elementos multimedia. No obstante, desde mi punto de vista no es descartable que con el tiempo surjan géneros específicos para el medio digital”.

2001.com:

Anyinet Espinoza sostiene que los géneros periodísticos se dan a todo nivel. “Ya sean en medios impresos o digitales, éstos se respetan”. Mientras, José Luis Carpio asegura que los géneros no cambian sustancialmente en el periodismo digital. Sin embargo, estima que este último es una nueva forma de desarrollar los mismos, “más tecnológica, más actual que los géneros que había antes”.

Y Alberto Maneiro considera que los géneros no se han perdido. “Por el contrario, han surgido nuevos medios de dar y recibir información. Chatear es una muestra de ello. Internet amplía los horizontes del periodismo”.

Pregunta N° 3: ¿Cree que han surgido nuevos géneros con el periodismo digital?

Meridiano OnLine:

Para José Valladares, los géneros del periodismo ya están creados, y sólo depende de la habilidad del comunicador cómo “conjugarse” sus diversas características al momento de redactar. “No creo que por la invención del periodismo digital hayan surgido nuevos géneros, sino que las distintas utilidades de los preexistentes los han mantenido vigentes”.

El Mundo Digital:

Olguer Chacón considera que no han surgido nuevos géneros con el periodismo digital sino que se han “reinventado” algunos como el fotorreportaje, la noticia, el reportaje y la crónica. Claudia Furiatti tampoco piensa que hayan emergido nuevos géneros pero cree que sí se han “enriquecido” los que ya están. “Se puede ver mejor la información ya que en la Web se pueden colocar más fotos que en el impreso”.

“No han surgido nuevos géneros; hay modificaciones y alteraciones, pero todavía es muy pronto para decir que han surgido nuevas modalidades, ya que Internet es aún bastante joven”, asegura Juan Francisco Alonso.

El Nacional.com:

Al contrario de otros comunicadores, Cynthia Rodríguez asegura que el periodismo digital se nutre por la capacidad que tiene para “conjugarse” muchos formatos. Por eso, a su juicio, es lógico que haga nacer nuevos géneros. “Y no te hablo sólo de los que han surgido hasta ahora, como la infografía animada, la cual es posible sólo en Internet, sino también de fotorreportajes que incluyen muchas cosas, como el audio... Han surgido y seguirán surgiendo nuevos géneros, porque el desarrollo del periodismo en Internet así lo indica”, puntualiza.

Solangel Rodríguez no piensa lo mismo. Para ella, hasta el momento lo que se hace es aprovechar los medios virtuales para enriquecer lo que se dispone de los medios impresos. “Tenemos fotorreportajes, aunque eso también está presente en la versión impresa”.

Por su parte, Mariam Larrazábal señala que a raíz del hipertexto, “que es el gran terreno sobre el que se maneja todo este tema electrónico”, se han ido perfeccionando modalidades que surgen de las mismas “matrices” empleadas por los medios tradicionales. “Más que todo se han producido modificaciones y adaptaciones, que algunos han dado en llamar nuevos

géneros. Para otros sólo son géneros adaptados a las condiciones del ambiente electrónico”.

Ultimas Noticias.com:

“Más que surgir se redimensionan”, señala Olguer Chacón, quien añade que “los géneros son los mismos. Lo que cambian son las técnicas”. Mientras, Claudia Furiatti indica que “como todo proceso que se inicia vendrán los teóricos a darle nombre a los géneros nuevos pero por ahora no tienen un nombre específico”. Y Carolina Gómez responde: “Puede ser pero no estoy segura de en qué consistan”.

El Universal.com:

Miguel Angel Tortello considera que no es que se haya producido algún nuevo género, sino que hay algunos formatos que son mucho más “manejables” en Internet. El formato texto en Internet como que es más predominante”.

“Si la mezcla de medios (multimedia) y su aplicación se considera un nuevo género, entonces hay nuevos; si no, entonces son los mismos géneros expuestos desde un canal distinto”, es la opinión de Alfredo Yáñez. “No formalmente, pero siempre hay algunos ‘sites’ que buscan formas nuevas de presentar la información”, dice por su parte Gilberto Finol.

Finalmente, en El Universal.com Tulio Casal cree que por los momentos no han surgido nuevos géneros como tales sino que los géneros “tradicionales” se han adaptado al medio digital. “Como dije anteriormente, puede ser cuestión de tiempo el hecho de que a esos géneros adaptados al medio multimedia comiencen a dársele nuevos nombres”.

2001.com:

“Creo que se dan a todo nivel dependiendo de los parámetros de la publicación, pero se dan a todo nivel”, afirma Anyinet Espinoza. “La tecnología ha permitido que los géneros periodísticos se desarrollen, Internet los ha desarrollado”, asegura José Luis Carpio. Alberto Maneiro estima que chatear es una muestra de nuevas modalidades de información.

Pregunta N° 4: ¿Cuáles modalidades de periodismo (“objetivo”, interpretativo, Nuevo Periodismo, Periodismo Investigativo, Periodismo de Precisión) se adaptan más a las características de las publicaciones digitales? ¿Por qué?

Meridiano OnLine:

Desde el punto de vista de José Valladares, el periodismo “objetivo” es el que

más se ajusta a las características de las publicaciones digitales, “porque el medio se caracteriza por la difusión inmediata y universal de la información”. Añade que el máximo aprovechamiento de esta particularidad se da en el momento en que están ocurriendo los hechos.

El Mundo Digital:

“El periodista web puede usar las modalidades del periodismo objetivo, que es la noticia pura, y el interpretativo...estas son las características que más se adecuan”, señala Olguer Chacón al responder cuáles modalidades del periodismo son más adecuados a las características de las publicaciones digitales.

“La noticia y el reportaje fundamentalmente en lo objetivo e interpretativo”, indica por su parte Claudia Furiatti, mientras que Juan Francisco Alonso puntualiza que “el periodismo tiene que ser objetivo y sobre todo en Internet, porque cualquiera puede publicar lo que le parezca; por eso, la información tiene que estar sustentada”.

El Nacional.com:

Para Cynthia Rodríguez la respuesta a esta pregunta depende de las circunstancias. “A lo mejor en lo que se refiere al día a día tiene que ser un periodismo que va a lo preciso, saca la médula de la noticia y la pone, sin extenderse. Pero se está trabajando en una nueva modalidad del periodismo reflexivo, en la que uno integra todas las cosas. Uno ofrece un reportaje sobre algo y de paso te manda a todas las páginas referentes a eso”. Agrega que hay varias posibilidades. “El minuto a minuto se tiene ..., pero al mismo tiempo hay espacios para trabajos que te permiten una reflexión, con acceso a elementos a los cuales antes de esto no tenías”.

Solangel Rodríguez considera que en el caso de El Nacional.com el objetivo es ofrecer la noticia al instante y el equipo de redactores pasa todo el día buscando información y hace, a la vez, trabajos de investigación interpretativos. Añade que se trabaja con base en la información más importante del día y se recurre a dos entrevistados para tener dos puntos de vista de estas informaciones. “El fuerte de nuestras páginas es redactar noticias”, puntualiza. “Tres noticias principales y última hora. Aunque también ofrece trabajos de investigación”.

Al responder a la pregunta en cuestión, Mariam Larrazábal comienza por señalar que una vez más se trata de un “mix” que depende del tema a tratar, y del entorno en

el que se está trabajando. “El trabajo documental tiene en Internet un tremendo aliado. Justamente las oportunidades del hipertexto, de la infinitud del espacio; en cuanto al trabajo, no tienes límites de espacio (...). La cantidad de recursos que puedes aprovechar es extraordinaria, porque se puede almacenar información y luego ubicarla o presentarla”.

Agrega Larrazábal que el reto es cómo presentar la información a través de este medio, “porque igual puedes tener seis áreas de contenido que refieran a una misma información, que contemplen actualidad, plano histórico, video y chats asociados (...)”

Ultimas Noticias.com:

“Periodismo ‘objetivo’ se hace todo el tiempo...Investigativo también se da en la Web por medio de la redimensión del reportaje. El que menos se utiliza es el Periodismo de Precisión, aun cuando existe la plataforma tecnológica para hacerlo”, señala Olguer Chacón.

Mabel Lander dice que todas las modalidades se adecúan pero dependiendo del trabajo que se quiera lograr y del género que se maneje mientras que para Claudia Furiatti y Carolina Gómez en líneas generales todas se adaptan al trabajo en la Web. “Pero eso depende de la política que maneje el dueño de la página Web en que se trabaje”, puntualiza Gómez.

El Universal.com:

Ante la pregunta, Miguel Angel Tortello aclara que Internet es una herramienta muy flexible. “Lo que pasa es que la red brinda unas facilidades. Cualquier tipo de periodismo que puedas hacer allí es factible; lo que hay es que explotarlo, lo que hay es que hacerlo”.

Mientras, Alfredo Yáñez indica que los medios digitales no son rígidos. Añade que quizás la inmediatez de algunos invite a practicar más el periodismo ‘objetivo’, pero que aquellos que persiguen la profundidad se dedican más a lo interpretativo e investigativo. “El Periodismo de Precisión tiene amplias posibilidades de crecer en los medios digitales, pero hasta ahora no están creadas todas las herramientas necesarias para que cause un efecto multimedia”.

Gilberto Finol señala que Periodismo Investigativo aunque luego añade que todo depende del tipo de investigación. Y Tulio Casal cree que por la flexibilidad de los medios digitales se puede “jugar” con todas las modalidades del periodismo. “La inmediatez te lleva a practicar un pe-

riodismo 'objetivo', el espacio te permite utilizar con más frecuencia que en los medios impresos el periodismo investigativo e interpretativo, mientras que los elementos multimedia te ayudan a practicar un Periodismo de Precisión".

2001.com:

Anyinet Espinoza, José Luis Carpio y Alberto Maneiro sostienen que todas las modalidades mencionadas se encuentran dentro del periodismo digital.

Pregunta N° 5: ¿Qué debería aprender un estudiante en una Escuela de Comunicación Social para llegar preparado para trabajar en un medio digital?

Meridiano OnLine:

José Valladares señala que debe conocer los géneros del periodismo y la redacción para los distintos medios, además de manejar los conocimientos básicos del ámbito digital, y las diferencias en cuanto a cobertura, vigencia y manejo de este medio respecto a los tradicionales.

"El periodista o futuro comunicador social tiene que aprender a manejar dos conceptos: el técnico y el conceptual. Tiene que saber manejar una computadora y la nueva tecnología. Eso es lo básico", indica Olguer Chacón. "Básicamente manejar el contenido en un 100 %, la tecnología, y saber para qué tipo de público se está dirigiendo", señala por su parte Claudia Furiatti.

Mientras que Juan Francisco Alonso considera que primero que todo tiene que aprender las herramientas básicas para manejar una computadora, los programas, el software. "Luego aprender todo lo posible acerca de Internet y como navegar en la Web (...) tienes que hacer cursos y, por supuesto, la experiencia es muy importante".

El Nacional.com:

Para Cynthia Rodríguez en una Escuela de Comunicación Social no se aprende a ser periodista y para llegar a un medio digital "tienes que ser periodista antes que todo. Hay que tener esa precisión de saber dónde está la noticia. En la escuela a lo mejor puedes aprender la capacidad de síntesis, pero el olfato periodístico es lo que realmente te hace falta".

Por el contrario, a juicio de Solangel Rodríguez con las herramientas básicas que se dan en la universidad se puede trabajar en un medio digital. "Lo más importante es que conozcas qué es lo que quiere el lector. En las escuelas deberían exponerse las diferencias esenciales de trabajar y redactar para un medio digital y un

periódico impreso. Se debe reforzar la enseñanza en medios digitales. Hay que saber qué busca alguien que se conecta a El Nacional.com".

Mariam Larrazábal considera, por su parte, que éste es un momento estelar en las escuelas de Comunicación Social, ya que algunas materias se están incluyendo en los planes de estudio con base en las experiencias digitales. "Aunque nada está escrito sobre el periodismo digital, aún atraviesa por una etapa experimental".

Añade que el profesor Rosenthal, quien dirige la Fundación Nuevo Periodismo, fundada por Gabriel García Márquez, afirma que el periodismo digital se está haciendo, que no hay parámetros preestablecidos que indiquen que un "sitio" que se dedique a esta actividad va a proceder de tal o cual manera en el futuro. "Los medios electrónicos están en plena evolución. El periodismo digital está atado a los cánones con los que se hace el periodismo tradicional. Es más, en muchos casos va detrás de este tipo de medios".

Ultimas Noticias.com:

Para Olguer Chacón, un estudiante debería aprender habilidad técnica para manejar herramientas y, a su vez, criterios para escoger cuál es la herramienta más adecuada. Además, saber manejar software y las posibilidades que ofrece, así como también los conceptos en torno a la diferencia que hay entre un técnico y un comunicador. "El comunicador debe tener mucho sentido común y mucha preparación conceptual, manejo de muchos términos y, por supuesto, la facilidad para manejar tecnologías".

Mabel Lander piensa que "básicamente" debería tener conocimientos de tecnología y aprender a navegar por la red. "Ver cuáles son los estilos que manejan los periodistas digitales para obtener un criterio de agilidad y de concreción", añade.

"Definitivamente la tecnología juega un papel fundamental aquí. No hay que ser un experto pero sí manejar lo básico. Debe dominar las nuevas herramientas pero rescatar algo muy importante que es el aspecto ético y moral en el tratamiento de la información", explica Claudia Furiatti.

Finalmente, Carolina Gómez señala que, aparte de tener los conocimientos tecnológicos, debe tener la práctica y vencer el miedo a manejar los programas relacionados con la Web.

El Universal.com:

Miguel Angel Tortello afirma que para llegar preparado a un medio digital el

estudiante debe tener conocimiento de la herramienta como tal, y de las posibilidades que brinda el medio. "La rigurosidad que como periodista debes tener no te la quita nadie, pero debes manejar la técnica", agrega.

Alfredo Yáñez, entre tanto, considera que debe aprender periodismo. "A redactar, a resumir, a hacer interpretación con rapidez, a desarrollar destrezas en la búsqueda de noticias relacionadas". A su juicio, el "resto" es adaptarse al medio. "En vez de cargar cables o hacer guiones de doble columna debe saber hacer un ftp; en vez de adaptarse a unos espacios rígidos de diagramación para impresos, debe saber utilizar una administración on-line".

Para Gilberto Finol los requisitos son jerarquizar información, manejar recursos multimedia "y, por supuesto, dominar los géneros". Mientras, Tulio Casal estima que la herramienta básica sigue siendo el periodismo "aunque además debería aprender a trabajar con la rapidez que exige un medio digital".

Añade Casal que, igualmente, debe adquirir destrezas para relacionar noticias y jerarquizarlas. "Por otra parte, el estudiante debería aprender a utilizar las herramientas multimedia con criterio periodístico. El resto, considero, sería cuestión de práctica".

2001.com:

Para Anyinet Espinoza un estudiante debería aprender "básicamente" a utilizar los "métodos necesarios" para ir a la par con la tecnología. Por su parte José Luis Carpio señala que debe hacer énfasis en el estudio de Internet y la utilización adecuada de la computadora. "El periodismo debe ser vanguardia en este sentido". Y Alberto Maneiro afirma que debe "empaparse" de tecnología, "porque ésta es innovación y la innovación es futuro. La informática es un requisito fundamental para un comunicador social".

CONCLUSIONES

De acuerdo con los comunicadores *on line* encuestados, la diferencia más palpable entre redactar para un medio impreso y uno digital tiene que ver con la precisión y la concisión que debe haber en este último. Un estilo además más sencillo y directo, que está relacionado con una de las características del medio digital: la posibilidad de instantaneidad o de "tiempo real".

Sin embargo, los citados comunicadores difieren en cuanto a cuál de los dos me-

dios dispone de mayor espacio. La mitad de los encuestados opina que el impreso; la otra mitad piensa que el digital.

Aunque parezca paradójico, ambos tienen su dosis de razón. Los primeros porque es cierto que cuando el lector tiene la "homepage" o página principal frente a sí, muchas veces los titulares -antetítulos, títulos, subtítulos y/o sumarios- y los textos son más cortos.

Empero, al hacer clic en los diferentes links ese mismo lector va a encontrar un espacio del cual carece el medio impreso y no es otro que aquél que deriva del hipertexto. En otras palabras, la cantidad de textos adicionales o relacionada que permite el lenguaje hipervinculado. Ello explica por qué algunos encuestados consideran, con toda razón, que en Internet se puede profundizar más al disponerse de mayor espacio.

Esta característica -lo hipertextual- conlleva una ruptura en la linealidad, lo que supone una diferencia -al igual que la posibilidad de añadir elementos multimedia- entre redactar para un medio impreso y hacerlo para uno digital.

Los géneros periodísticos siguen vigentes en los medios digitales, de acuerdo con el criterio de los encuestados. En líneas generales, todos admiten esa premisa, aunque algunos consideran que se "redimensionan", o que tienen características que los diferencian, especialmente aquellas que derivan del uso de imagen y sonido en ellos. Empero, la mayoría de los comunicadores *on line* considera que con el periodismo digital no han surgido nuevos géneros. Más bien prefieren señalar que se han adaptado al nuevo medio o que se han enriquecido.

Por vía de excepción, algunos estiman que sí se puede hablar de nuevos géneros y mencionan a la infografía animada, al fotorreportaje con audio y al chateo. En cuanto a los dos primeros, consideramos que no son géneros surgidos del periodismo digital, sino enriquecidos por éste.

Respecto del chateo, si bien tiene algunos rasgos distintivos de un género -por ejemplo, una forma y una finalidad- no obstante es discutible que se pueda ubicar como tal, puesto que cualquier persona puede hacerlo; es decir, no requiere de una profesionalización. En cualquier caso, el punto queda abierto para la discusión.

Finalmente, como señalan unos pocos encuestados, no es descartable que puedan surgir nuevos géneros con el tiempo, o que se coloquen nombres nuevos a algunos de los que se han enriquecido con los recursos del nuevo medio.

En cuanto a las modalidades de periodismo que se adaptan o adecuan más a las características de las publicaciones digitales, una tercera parte de los sondeados piensa que el "objetivo", mientras que otra cantidad similar estima que todas son factibles de utilizar.

Los que mencionan al periodismo "objetivo" indican que ello se debe a la instantaneidad del medio digital. Mientras, el grupo que se inclina por mencionar a todas las modalidades lo hace tomando en cuenta la "flexibilidad" de dicho medio, y las características de la sección, página o portal para el cual se escriba.

Este criterio, por lo demás, lo comparamos y empalma con los planteamientos teóricos de Raúl Trejo. De hecho, una cantidad tan solo un poco menor a los anteriores encuestados piensa que el periodismo interpretativo es la modalidad que más se adecua al formato electrónico, mientras que otros citan al periodismo investigativo. Ello parece confirmar la "versatilidad" del medio.

¿Y qué debería aprender un estudiante en una escuela de Comunicación Social para llegar preparado a un medio digital? La mayoría de los encuestados considera que, en este sentido, el aprendizaje de la tecnología es fundamental, y allí incluyen desde aprender a manejar una computadora, conocer Internet y cómo navegar en la red, hasta el manejo del software o programas.

Pero, a la par de la tecnología, una buena parte estima que el aspecto conceptual también es importante. Algunos hablan de la relevancia de aprender periodismo; otros enfatizan la redacción, especialmente lo atinente a la jerarquización en un medio digital. Finalmente, hay quienes mencionan los géneros y estilos y hasta la importancia de la ética.

Como se observa, no parece que la enseñanza del periodismo digital vaya a resultar muy engorrosa para las escuelas de Comunicación Social, al menos si se toma en cuenta que los aspectos antes mencionados de alguna manera ya se tratan en instituciones como al UCV y la UCAB.

El meollo del asunto aparentemente está en la adaptación de algunos de los aspectos sugeridos al medio digital y, naturalmente, en la importancia de la dotación tecnológica que dichas escuelas. Asimismo, en la necesidad de la praxis, problemas éstos que, por lo demás, existen desde hace décadas en la enseñanza del periodismo y de la comunicación audiovisual en las mencionadas instituciones.

■ Carlos Abreu Sojo Doctor en Ciencias de la información y profesor titular de la Universidad Central de Venezuela (UCV)

Notas y referencias bibliográficas

ABREU, Carlos (2003). *El periodismo en Internet*. Fondo Editorial de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela. Caracas

CASTAÑEDA, Eduardo (2001). "La importancia del contenido en la prensa en línea" en *www.saladeprensa.org. Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación Iberoamericanos*, N° 38, diciembre. México

ECHEVERRÍA, Mirta (1999). "Periodismo electrónico. Proceso de producción y estrategias discursivas", en *www.uil.es/publicaciones/latina. Revista Latina de Comunicación Social*, N° 21, septiembre. Tenerife, Islas Canarias

EDO, Concha (2000) "Los columnistas y la interactividad con los lectores" en *www.saladeprensa.org. Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación Iberoamericanos*, N° 25, noviembre. México

GARCÍA VILLA, Hilda (2000). "El nuevo periodismo en Internet" en *www.saladeprensa.org Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos*. N° 25, noviembre. México

GIL, Quim (1999). "Diseñando el periodista digital (I)" en *www.saladeprensa.org. Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación Iberoamericanos*. N° 13, noviembre. México

JOYANES, Luis (1998). *Cibersociedad. Los retos sociales ante un mundo digital*. McCraw Hill. Colombia

LANDOW, George (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Ediciones Paidós. Barcelona-Buenos Aires-México

NAVARRO, Lizy (2001). "Los periódicos *on line*: sus características, sus periodistas y sus lectores" en *www.saladeprensa.org. Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicaciones Iberoamericanos*. N° 34, agosto. México

SANDOVAL, María Teresa (2001). "La información a distancia de periodistas digitales: una propuesta para el uso de la videoconferencia" en *www.saladeprensa.org. Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación Iberoamericanos*. En *www.uil.es/publicaciones/latina. Revista Latina de Comunicación Social*, N° 37, enero. Tenerife, Islas Canarias

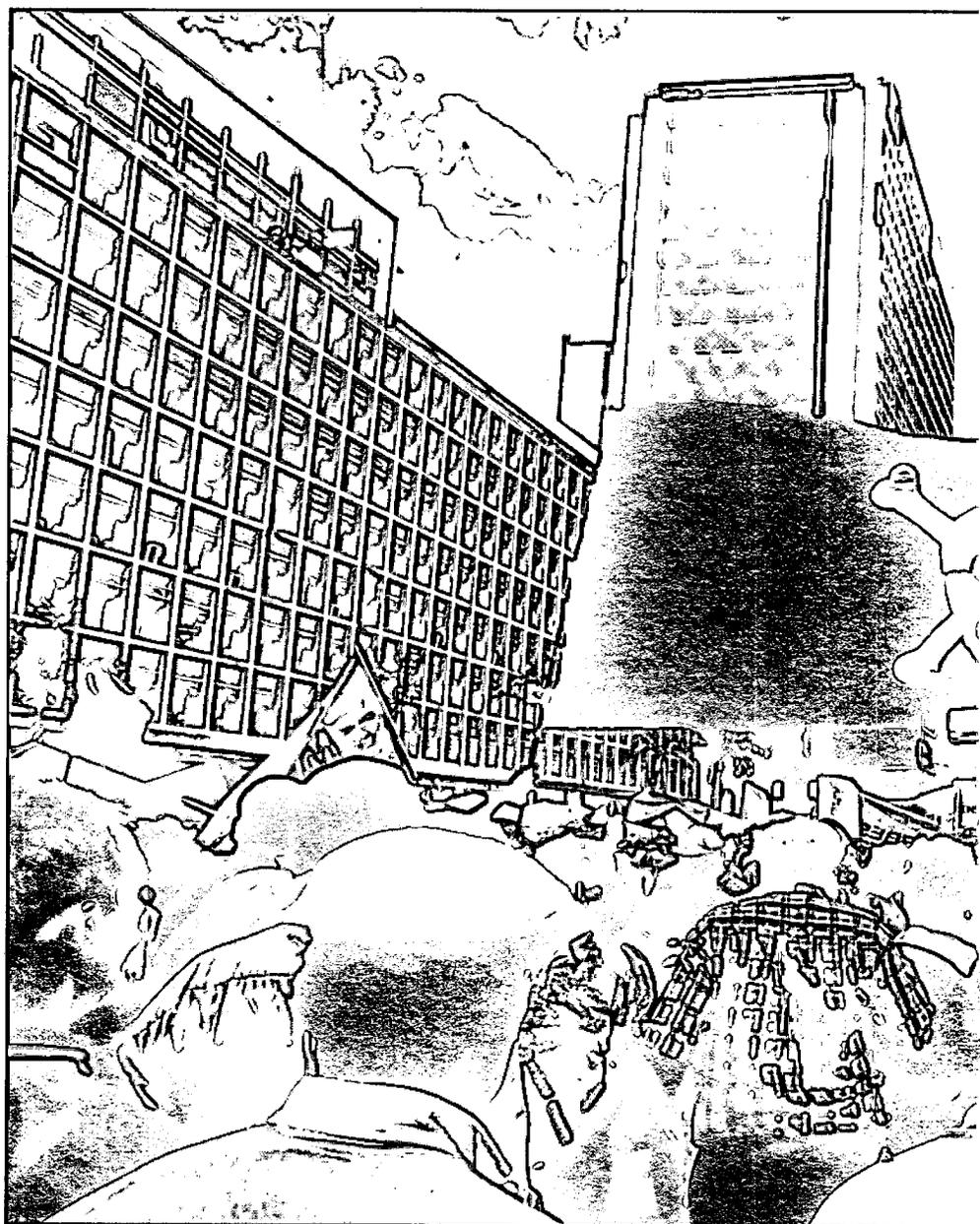
TREJO, Raúl (1998). "Lengua y periódico en el kiosco (prensa digital)" en *www.saladeprensa.org. Sala de Prensa. Web para profesionales de la Comunicación Iberoamericanos*, primera época, año I, vol.1. México

¹ Tanto Chacón como Furiatti también laboran en El Mundo Digital. Sin embargo, se presentan sus opiniones por separado toda vez que, a ser entrevistados por los dos grupos de estudiantes, expresaron puntos de vista que se complementan.

La televisión ante el arribo de la era digital

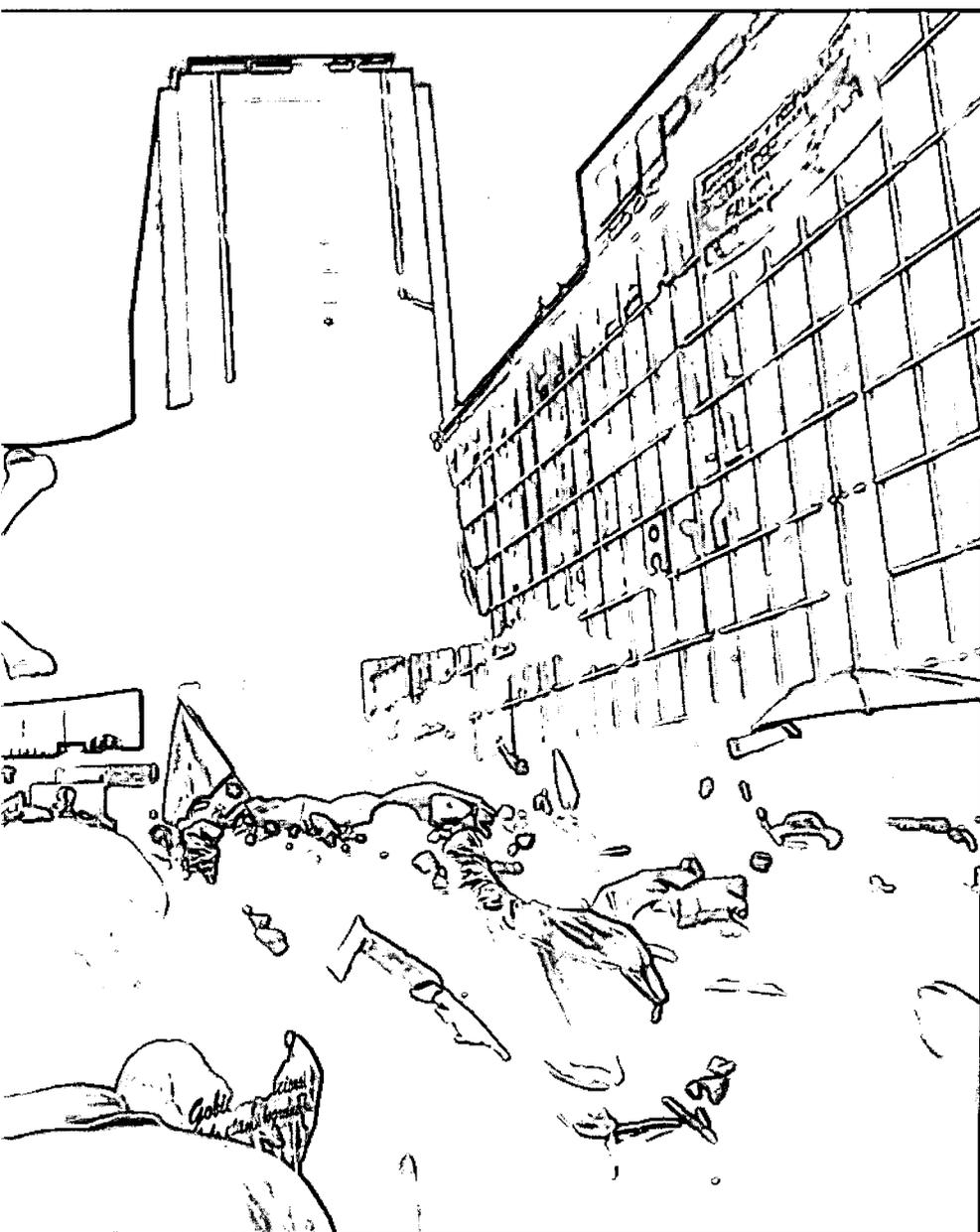
“Hoy ni escena

Sumergidos en una sociedad dominada por el hechizo de la comunicación, donde el avance incontrolable de las tecnologías se posa sobre el presente para crear historia, el individuo comienza a transformar su cultura. En esta dinámica, la digitalización y la comprensión de datos y en especial de la imagen han llevado a esta última a ser aún más poderosa y ha diversificado su utilización. En el campo de las telecomunicaciones, estas técnicas han permitido transportar por un solo canal de difusión varios servicios de forma simultánea. De este proceso modernizador no escapa el medio de comunicación más influyente y poderoso sin lugar a dudas; La televisión. Este estudio es el resultado de un trabajo de grado, en el que se esbozan algunas ideas, que podrían servir como una aproximación de los posibles impactos comunicacionales que traería la introducción de un sistema de Televisión Digital Terrestre en Venezuela.



sino pantalla

ni espejo,



y red

Marshall Mc Luhan en la década de los años 60, se refirió a los medios de comunicación como las prolongaciones por excelencia de nuestros sentidos. Esta premisa ha sido en la actualidad el punto de partida para el desarrollo de nuevas tecnologías en el campo de la comunicación, a partir de la búsqueda de una mayor y mejor experimentación de los sentidos a través de interfaces artificiales. En este sentido, la interacción del hombre con la tecnología, al igual que con su medio ambiente y la sociedad, es cada vez más una relación informática. Sus formas de crear, de percibir, de expresar estas relaciones están mediadas, principalmente por los instrumentos, por la simbología, por un lenguaje que pertenece al dominio de los códigos, de la digitalización, y de sus dispositivos de representación o manejo.

HACIA LA DIGITALIZACIÓN DE LOS MASS MEDIA

De acuerdo al Informe Mundial sobre la Comunicación, publicado en 1998 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la rapidez en el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información de acuerdo a la llegada de la era digital, descansa básicamente sobre tres variaciones: en primer lugar la digitalización de la imagen, así como del sonido y los contenidos, la compresión digital y la rápida evolución de los soportes electrónicos. A partir de la introducción de estos elementos en el área de la comunicación, se deriva una continua y sistemática sustitución de plataformas

□ Carlos David Esté y Vanesa Vargas Roldan

analógicas por digitales, dando paso a la interactividad entre los usuarios y sus soportes. El proceso de digitalización que se ha desarrollado en los mass media ha permitido la unificación de redes de distribución y de recepción de contenido, trayendo como consecuencia una nueva interrelación entre los medios de comunicación, así como la transformación de sus formas de consumo.

La orientación de los mass media va en dirección de la integración de sus elementos dando paso al multimedia con una mejor definición del texto, la imagen, el sonido y la minituarización del artefacto.

Atribuyéndole a la televisión características especiales para establecerla como el soporte por excelencia de consumo masivo de servicios multifuncionales, la FCC americana (Federal Communication Comision) fijó un plazo para la transformación de las plataformas análogas a digitales en todo el mundo. Esta situación ha producido que las grandes empresas de la informática se fusionen con la industria televisiva, creando un híbrido entre el computador y la televisión. El propósito fundamental de esta comunión, afirma la industria, es lograr reunir a la familia frente a ese artefacto. El televidente podrá observar los programas difundidos a través de la pantalla del televisor, y al mismo tiempo tendrá acceso a Internet, así como otros servicios interactivos. Esto traerá también una virtualmente infinita capacidad de multiplicar la oferta en materia de contenidos.

“Si su televisor pudiese grabar cada uno de los programas transmitidos, usted ya tendría cinco veces la selectividad ofrecida por el vasto campo de la superautopista de la comunicación. En lugar de guardar todos estos programas, su agente electrónico de tv seleccionaría los dos o tres que a usted le podrían interesar, para que los pueda ver cuando tenga ganas o tiempo”.

Negroponte

LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

La Televisión Digital Terrestre, o TDT, es una tecnología de difusión y recepción de las señales de televisión, que brinda, gracias a las técnicas de digitalización y compresión de la imagen, el sonido y data, la optimización en el uso del espectro radioeléctrico, pues se pueden difundir en el mismo ancho de banda que utiliza un canal analógico, hasta 6 canales digitales de

“

la FCC americana (Federal Communication Comision) fijó un plazo para la transformación de las plataformas análogas a digitales en todo el mundo. Esta situación ha producido que las grandes empresas de la informática se fusionen con la industria televisiva

”

video y otros 8 de música de manera simultanea, esta capacidad de “multiplexión” va creciendo en la medida que la capacidad de las técnicas de compresión digital vayan evolucionando.

La TDT significa la posibilidad de un mejoramiento sustancial en la calidad de las transmisiones y la posibilidad de ofrecer interacción como recurso en la programación basándose en las tecnologías de las redes informáticas, así como también un aumento en el número de programas y canales, y una disminución en los costos de producción y difusión. También ofrece la posibilidad de obtener recepción portátil y móvil de la señal televisiva.

HACIA LA TELEVISIÓN DEL FUTURO

La metamorfosis que experimenta la televisión analógica frente a la digitalización en la actualidad, corresponde a la búsqueda de su evolución, tanto a nivel tecnológico como de sus contenidos, a partir de la utilización de las aplicaciones multimedia. El proceso de desarrollo del servicio de televisión digital se da en un principio, a través de la decodificación digital. El usuario tiene la capacidad de gerenciar y acceder a canales de información desde su hogar, hacer operaciones bancarias, descargar programas u aplicaciones o practicar cualquier tipo de juego. Estas son solo algunas de las posibilidades que ofrece la televisión digital. A través del control remoto, este “telesuario” podría comuni-

carse verbalmente con aplicaciones multimedia, convirtiéndose en un participante activo de lo que ve. También la publicidad personalizada permite recibir información de acuerdo a sus preferencias. El tiempo de transmisión de la programación será suministrada mediante canales de televisión alrededor del mundo en un futuro de manera asincrónica por medio de menús de libre selección.

LA BRECHA DIGITAL

Sin embargo, en la actualidad el proceso de digitalización de la televisión no se desarrolla a la par alrededor del mundo. Los problemas que plantea la llamada brecha digital, exponen en principio, un obstáculo económico. La reciente libertad de prensa y de expresión enmarcada dentro de los paradigmas de la globalización, han dado al traste con la más reciente perspectiva que dirige a los medios de comunicación tradicionales. Los países en vías de desarrollo no poseen aún los recursos suficientes para responder de manera efectiva a las exigencias que impone el arribo de esta nueva tecnología. De esto deriva, nuevamente, que ciertos países dominen la industria de la comunicación, trayendo como consecuencia una estandarización del contenido mediático y una brecha tecnológica entre los que sobreviven y los que luchan en la vorágine de la evolución digital.

“Los países del desarrollo se enfrentan a los desafíos de las nuevas tecnologías, cuya producción y difusión se localiza fuera de sus fronteras. La gran mayoría de estos países se sienten excluidos de estos progresos y algunos continúan denunciando el aumento de los evidentes desequilibrios en el flujo de los intercambios de información entre el norte y el sur”. (Maherzi, 1998:93).

Asimismo, el informe Mundial sobre la Comunicación, también explica el fenómeno de la estandarización de los contenidos como respuesta a un problema de carácter cultural, adjudicándole la desaparición de algunas expresiones de tipo minoritario a este conflicto. Por otro lado, el factor lingüístico se presenta como otro tema de análisis dentro de los obstáculos que presenta la brecha digital. La universalización del idioma inglés y su utilización en la nomenclatura de la red, soslaya las diferentes lenguas nativas de cada país, debilitándolas continuamente. Debates,

como el devenir de los servicios públicos asociados a los medios de comunicación, serán elementos a considerar a partir de la revolución digital.

LA TELEVISIÓN DIGITAL EN VENEZUELA: ESTUDIO PROSPECTIVO

Luego de investigar la Televisión Digital Terrestre y sus implicaciones como fenómeno tecnológico, nos propusimos a realizar un estudio prospectivo que nos permita evaluar los impactos comunicacionales que podría representar para Venezuela la adopción de un sistema de Televisión Digital Terrestre. También nos propusimos objetivos de carácter específico como el de explicar las causas que impulsan la transición del sistema de televisión analógica al sistema digital terrestre en nuestro país, estudiar la situación actual que representa la TDT en el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación, aproximarnos a las implicaciones que podrían representar la adopción de esta tecnología dentro de un contexto globalizado, y el modelo comunicacional que este plantea para Venezuela. También quisimos estudiar los posibles impactos que ocasionaría en la industria de la televisión nacional el migrar de la tecnología analógica actual a la digital terrestre. Por último buscamos aproximarnos a determinar los posibles impactos para el Estado Nacional que implicaría esta transformación.

EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

Debido a la complejidad del objeto de estudio, para su abordaje, seleccionamos un nivel de investigación exploratorio descriptivo, combinando metodologías de tipo analítico e interpretativo. Por un lado, analítico en el tratamiento de documentos que nos sirvieron para conceptualizar, presentar antecedentes y construir el escenario de la prospectiva, e interpretativa para el tratamiento de la información obtenida por parte de los expertos gracias al instrumento de recolección de información.

Como instrumento para la recopilación de información recurrimos a la elaboración de un cuestionario de preguntas abiertas con el fin de realizar un estudio de opinión calificada, inspirado en el método Delphi.

En este caso, el instrumento consta de nueve preguntas abiertas, las cuales fueron elaboradas respondiendo a cada uno de los objetivos específicos de la investigación. Una vez constituido el instrumen-

“

A la luz del siglo XXI las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están transformando el concepto de Estado-Nación. Replanteando los límites geográficos, creando nuevos escenarios, redefiniendo la interrelación entre el hombre y la tecnología

”

to de recolección de información, se determinó qué instituciones y personas podrían conformar el objeto de estudio, se seleccionaron 19 especialistas en el tema, entre ellos, miembros del sector académico de las principales universidades del país, representantes de los distintos canales de televisión abierta y por suscripción, voceros del Estado, y personas involucradas en las distintas empresas de telecomunicaciones así como de las cámaras que las representan.

ANÁLISIS

A la luz del siglo XXI las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están transformando el concepto de Estado-Nación. Replanteando los límites geográficos, creando nuevos escenarios, redefiniendo la interrelación entre el hombre y la tecnología, donde ésta última es cada vez más protagonista en la cotidianidad del individuo que habita en un contexto en constante proceso de globalización, en el que los discursos dominantes generan y promueven las opiniones y conductas de las masas por medio de procesos de comunicación cada vez más complejos, pero también más diversos. En este sentido, pretendemos a continuación presentar de manera expositiva más no concluyente la información que nos permitió realizar el estudio prospectivo de la situación del proceso de migración tecnológica del mode-

lo de televisión analógica en Venezuela hacia un modelo de televisión digital terrestre (TDT).

SOBRE LAS CAUSAS QUE IMPULSAN LA MIGRACIÓN DEL MODELO DE TV ANALÓGICA A LA TDT

1. Impulso tecnológico

La dinámica mundial de la tecnología hace que todos los países se inserten de manera impositiva en el proceso de actualización tecnológica, es decir, el impulso tecnológico global funciona como principal promotor de la actualización.

2. El mercado global

Los principales factores que desencadenan la migración digital son de orden económico, la presión del nuevo orden mundial se presenta como característica principal. Venezuela como país consumidor y no productor de tecnologías está obligado a asumir los cambios que dicten las grandes economías y centros productores.

3. Exigencias del usuario

Si bien es cierto que, el ahora teleusuario, es percibido por los expertos, como impulsor de las nuevas tecnologías por hacerse éste cada vez más exigente en cuanto a calidad y variedad, es un factor de menor importancia, elemento siempre subordinado por los intereses económicos.

Aunque existe un evidente signo de transformación tecnológica a nivel mundial referente al tema de la televisión, en la actualidad no se considera oportuno este cambio en nuestro país. La coyuntura política y económica figura como los principales obstáculos. Venezuela, según indicadores de desarrollo tecnológico como el ISI (índice de la Sociedad de la Información), es percibida como un país de altas posibilidades de desarrollo tecnológico, atribuyéndole buena infraestructura para su realización., pero con fuertes limitaciones en la administración y distribución de estas. Por otro lado, no se considera una variable importante el nivel cultural o de conocimiento de la población al momento de escoger la tecnología más apropiada, en especial, en el caso de la Televisión Digital Terrestre, pues podría comprenderse que la población reacciona favorablemente a la tecnología, y las asimila independientemente del nivel de conocimiento previo que se tenga de estas.

4. Sobre el significado de la adopción de la tecnología

La presión ejercida por parte de los centros de producción tecnológica y los grandes capitales en la dinámica de un mundo globalizado, se presentan como fuerzas ineludibles que arrastran a Venezuela como un país dependiente de estos centros, por lo que debe asumir las tecnologías emergentes de forma casi automática. En este sentido, parece aparentemente inevitable evadir el proceso y, como única opción aparente para hacer que este efecto se presente de manera menos traumática para los países en vías de desarrollo, es la unión de los países de la región en función de velar por los intereses y necesidades particulares. Es decir, no es asunto de elección, sino de planificación, a partir de cómo se deben afrontar estos cambios.

5. El sistema europeo: favorito de los expertos

Según los expertos, para decidir el mejor sistema de TDT para Venezuela, se debe planificar y estudiar las implicaciones, ventajas y desventajas de cada uno de los modelos existentes. El sistema europeo (DVB-T) pareciera el más conveniente según los expertos, por considerarse más versátil, además de ser capaz de suministrar servicios adicionales como Internet y posibilidades de interactividad. Asimismo, se considera la adopción de un sistema único en el mundo, como posibilidad de unificar los diferentes formatos existentes en la actualidad.

CONATEL: EL GRAN INVESTIGADOR INCONSTANTE

El total de los entrevistados desconoce la realización de alguna investigación realizada al respecto. Sin embargo, todos parten de la idea de que esta institución debe ser el principal motor para investigaciones en el tema de la comunicación. El único estudio referente al tema de la Televisión Digital Terrestre en nuestro país se ha realizado de manera parcial e inconclusa por CONATEL durante el año 2001, y aún no se conocen sus resultados.

UNA VITAL TRANSFORMACIÓN DE LOS CONTENIDOS

Se considera una cuestión fundamental un cambio en la estructura de los contenidos

“

La empresa privada se presenta como el gran inversor y agente activador de la tecnología digital terrestre que llegará a Venezuela.

La empresa, explicaron los expertos, debe colaborar con la sociedad y desarrollar actividades conjuntas de investigación.

”

a partir de la llegada de la Televisión Digital Terrestre a Venezuela, este es uno de los mayores aportes de la Televisión Digital Terrestre, de no ser así, explican los expertos, no se justifica la migración hacia este nuevo sistema. La posibilidad de la televisión interactiva, traerá cambios en el contenido tradicional de los actuales programas, asimismo, con la amplitud en la capacidad del espectro radioeléctrico que ofrece la TDT, se espera la entrada de nuevos canales al negocio de la televisión, lo que traerá como consecuencia una ampliación y segmentación de la oferta en el mercado televisivo.

LOS ROLES QUE SE DEBEN DESEMPEÑAR LOS DIFERENTES ACTORES

Luego de haber estudiado a cada uno de los sectores involucrados en el proceso de migración digital de la televisión en nuestro país, se pudo conocer que la empresa privada se presenta como el gran inversor y agente activador de la tecnología digital terrestre que llegará a Venezuela. La empresa, explicaron los expertos, debe colaborar con la sociedad y desarrollar actividades conjuntas de investigación. El sector académico surge entonces como el promotor por excelencia para la planificación y ejecución de nuevos proyectos de investigación, para la escogencia del modelo de TDT a utilizar, para la formación de recursos humanos capaces de enfrentar esta transformación y mantenimiento del

sistema, para utilizar las bondades del nuevo sistema de Televisión Digital Terrestre y difundir su conocimiento, evaluar de manera constante el desenvolvimiento y desempeño de la TDT en los distintos sectores del país, así como asesorar a la industria y al Estado.

El sector social por su parte, conformado por la audiencia, debe mantener un papel activo ante el proceso de elección del sistema, organizarse entonces en función de la defensa de sus derechos para exigir servicios de mejor calidad, y realizar inversiones que impliquen adquirir nuevos receptores. El Estado, según los entrevistados debe ser el principal regulador del proceso migratorio, creando y ejecutando un marco legal, debe velar por los intereses de la sociedad evitando la exclusión y promoviendo la inserción de la población a este nuevo sistema. Promover la inversión nacional y extranjera también debe ser un elemento a considerar para el Estado. Activar a este sector como participante en la interacción que posibilita la TDT para profundizar la democracia es también un elemento indispensable. En este sentido, es importante resaltar que la interactividad que ofrece la TDT resulta un aporte significativo para los procesos de fortalecimiento y participación de la democracia. No obstante, esta afirmación no presentó para los expertos ningún interés primordial, de manera que la utilización de las nuevas tecnologías como herramientas fundamentales para la profundización de los sistemas democráticos puede estar subordinada a utilidades de tipo técnicas.

UNA OPORTUNIDAD PARA LA INTEGRACIÓN REGIONAL

Otra de las tendencias que se pudo detectar de la voz de los expertos, es sobre la gran oportunidad que representa la adopción de este nuevo sistema para superar las viejas divisiones regionales existentes en lo que se refiere a los distintos formatos de televisión analógica que existen actualmente, como el PAL (Phase Alternation Line) en Europa, parte de Asia y Brasil y el NTSC (National Television System Committee) en América, lo que representa hoy en día una segmentación en los contenidos y elevados costos en la conversión de un formato a otro.

También algunos expertos alegan que el factor integración regional viene pautado por intereses económicos y estratégicos: “Nos interesa integrarnos con las naciones de la región y con nuestro principal socio

desde el punto de vista económico, USA”, de este modo lo señala el investigador Carlos Colina del Ininco, así como también el representante de Televen “el más conveniente siempre es el que asuma la región, independientemente del que sea, el peor es bueno si lo asume toda la región”. Esta afirmación, tal vez paradójica, se justifica debido a la importancia que reconocen los expertos, tiene la integración de los formatos, en un mundo donde la tendencia es evidentemente marcada, hacia la unificación económica, la hibridación cultural y la redeterminación de las fronteras, aspectos que en suma podrían traer interesantes planteamientos en los referente al contenido transmitido por la red de televisiones a nivel mundial.

tuyen esta industria, con la participación del Estado como ente regulador. No se podría establecer ninguna tecnología sin la adecuada constitución de la voluntad política, económica, jurídica y popular de los pueblos.

“No hay conclusiones tajantes, solamente hay que indicar que el futuro de la televisión en Venezuela estará marcado por la televisión digital, que es considerada como un gran avance tecnológico. La demanda estimada por este tipo de servicio será, según calcula CONATEL, de 98% de los televisores existentes en Venezuela, pues todos tendremos acceso a esta modalidad”. (Bisbal.2001:283)

■ **Carlos David Esté**
 ■ **Vanesa Vargas Roldan**
Comunicadores sociales

EL FUTURO DEPENDE DEL PRESENTE

El desarrollo de la Televisión Digital Terrestre en Venezuela depende del desenvolvimiento de la coyuntura económica y política, es según los expertos, el elemento que podría definir el devenir de la migración digital en nuestro país. En consecuencia, se considera incierto el futuro de la aplicación de la TDT en Venezuela por estar sujeta a una cantidad de variables impredecibles. Sin embargo, opinan los entrevistados que la creación de un marco legal es la mejor manera de dibujarse un posible futuro con esta nueva tecnología. En definitiva, resulta un reto interesante por sus implicaciones en los procesos comunicativos.

A MANERA DE REFLEXIÓN FINAL

En Venezuela, país que según Eurodata/TV y Mediamate en un estudio publicado en 1997, ocupaba la posición catorce en el mundo, respecto al número de horas, por persona pasadas ante un televisor, con 3,02 horas lo que le adjudicaba el primer lugar en Latinoamérica, la conversión a la televisión digital terrestre debe ser cuidadosamente estudiada y vigilada por representantes de los distintos sectores de la sociedad apoyado por los expertos y profesionales del medio.

La adopción de la Televisión Digital Terrestre no debe ser entendida como el resultado de una imposición por parte los grandes centros productores de tecnología. Este proceso debe ser el resultado de la aplicación de un complejo, pero no imposible, proceso logístico que comprenda e incluya a todos los elementos que cons-

Documentación bibliográfica

Aguirre, J y Bisbal, M : “La ideología como mensaje y masaje”. Editorial Monte Ávila. Caracas 1981.

Arnanz, Carlos M: “Negocios de televisión”. Editorial Gedisa. Colección Estudios de la Televisión. Barcelona 2002.

Baudrillard, Jean (2000) Pantalla Total. Editorial Anagrama S.A, colección Argumentos. Barcelona

Bisbal, Marcelino: “Pensar en la Cultura de los Medios” Claves sobre las realidades Massmediáticas. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, 1999.

Bourdieu, Pierre: “Sobre la Televisión” Editorial Anagrama. España. 1997

Bueno, Gustavo: “Televisión: Apariencia y realidad. Editorial Gedisa. Colección Estudios de la Televisión. Barcelona 2000.

Eco, Umberto: “Apocalípticos e Integrados”: Editorial Lumen. España 1968.

Giddens, Anthony: “Un mundo desbocado” Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Editorial Taurus. Colección pensamiento. España 2000.

Gubern, Román (2002) La Televisión digital terrenal. Una perspectiva jurídica y de futuro. Comisión de Mercado de las Telecomunicaciones. Madrid

MacLuhan, Marshal: “Undertanding Media”. Editorial MacGraw-Hill. EE.UU,1964.

Maherzi, Lotfi: “Informe mundial sobre la comunicación” Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías. Ediciones UNESCO, España 1999.

Mattelart, Armand: “Tecnología y civilización”, Editorial Galerna, Buenos Aires, 1974.

Martín-Barbero, Jesús / Rey German: “Los ejerci-

cios del Ver” Hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Editorial Gedisa. Colección Estudios de la Televisión. Barcelona 1999.

Naciones Unidas(2002) Informe Mundial sobre desarrollo Humano: profundizar la democracia en un mundo fragmentado. Editorial

Mindi-Prensa. España

Negroponte, Nicolás: “Ser Digital” Editorial atlántida. Buenos Aires. 1995.

Sartori, Giovanni: “Homo videns” La sociedad teledirigida. Editorial Taurus. Colección pensamiento. Argentina 1998.

Orozco, Guillermo: “Historias de la Televisión en América Latina” Editorial Gedisa. Colección Estudios de la Televisión. Barcelona 2002.

Orozco, Guillermo: “Al rescate de los medios”. Desafío democrático para los comunicadores. Universidad Iberoamericana y Fundación Manuel Buendía. México,1994.

Orozco, Guillermo: “Televisión y audiencias”: Un enfoque cualitativo. Ediciones de la Torre – Universidad Iberoamericana. Proyecto Didáctico Quirón. Madrid 1996.

Vilches, Lorenzo: “La migración Digital”. Editorial Gedisa. Colección Estudios de la Televisión. Barcelona 2001

Referencias web:

Digitag Digial Terrestrial Television Action Group:

<http://www.digitag.org/index.htm>

BROADCASTPAPERS

<http://www.broadcastpapers.com/tvtran/tvtran01.htm>

Televisión Digital para el Nuevo Siglo

http://www.hemerodigital.unam.mx/ANUIES/ipn/academia/15/sec_9.htm

PERSPECTIVAS DE UNA CULTURA DIGITAL EN LATINOAMERICA

<http://www.capurro.de/bogota.htm>

LA TELEVISION DIGITAL Y SUS POSIBILIDADES DE APLICACION EDUCATIVA

<http://www.quadernsdigitals.net/articles/edutec/congresos/edutec95/comunicaciones/grupo1/edtelevision.htm>

The ATSC Forum

<http://www.atscforum.org/presentations.html>

Televisión Digital en Interactiva en España

<http://www.tvdi.net/>

Digital Television

<http://www.digitaltelevision.com>

Advanced Television Tecnology Center

<http://www.attc.org/>

LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRENAL

<http://www.asenmac.com/tvdigital/marcos.htm>

¹ Baudrillard, Jean (1994): *El otro por sí mismo*. 2da edición. Editorial Anagrama, S.A, colección Argumentos. Barcelona.

Antonio Pasquali y la utopía comunicacional

En esta ocasión David De los Reyes presenta la primera entrega de una serie de trabajos en los que se propone analizar la importante obra del filósofo y estudioso de la comunicación

Antonio Pasquali. En este artículo indaga, entre otros matices, en la idea de que Pasquali, como seguidor de la Escuela de Frankfurt, expuso una filosofía social negativa desde una perspectiva comunicacional. En otras palabras, un cuestionamiento de la realidad que pretende perpetuar a través de los medios de comunicación el lenguaje del amo, "una nueva razón negativa que muestra la trampa de los ingenieros de almas". Comenta el autor, que la voz de alerta de Pasquali está dirigida al consumidor de los medios, que bien sea de forma pública o privada está siendo colonizados ideológicamente.

■ **David De los Reyes**

PREÁMBULO

Antonio Pasquali (AP), (Caracas, 1929), obtuvo su licencia en filosofía por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Realizó posteriormente estudios de postgrado en las universidades de París, Oxford y Florencia. Creador del Departamento de Estudios audiovisuales de la Escuela de Comunicación Social de la UCV y del Departamento de Tecnología Audiovisual del Ministerio de Educación. Trabajó como Subdirector General en la UNESCO en el área de Comunicación desde 1984 a 1986. Es *Doctor Honoris Causa* por la Universidad Central de Venezuela.

Es uno de los más calificados investigadores y teóricos internacionales venezolanos en el campo de los medios de comunicación y sociedad en sus múltiples aspectos; sus trabajos han sido ampliamente reconocidos y han influido en especialistas posteriores que han abordado el tema. Sus propuestas están en el área de una epistemología de la comunicación a partir de la *Teoría Crítica* de la Escuela de Frankfurt, así como de diversos planteamientos estructuralistas y propios respecto a una deducción de una teoría del conocimiento que se une a una interpretación de las categorías dinámicas que la componen. Todo ello hasta llegar a plantear, ya desde sus primeros trabajos, una *Teoría Crítica de las Comunicaciones*.

El conjunto de sus obras han aportado perspectivas originales y significativas en el avance de ésta área de estudios. Desde sus pertinentes enfoques de campo sobre la dinámica de los medios de comunicación en Venezuela y su discutida existencia como servicios sociales públicos y privados hasta sus aspectos teóricos junto a

El insomnio de la razón tecnológica, no temperado por una Racionalidad de los fines, produce monstruos.

Antonio Pasquali.
Comprender la Comunicación.

los avances técnicos y legales sin olvidar sus implicaciones a partir de una crítica determinante y documentada respecto al nuevo orden mundial del llamado ciber-mundo, sumándose hoy a su concepción, la búsqueda de un futuro ecológicamente viable para el rescate del mundo (su última obra, *Del Futuro*, 2000, gira sustancialmente en torno al tema de la ecología y la tarea imperiosa de salvar al planeta como único habitat humano, prácticamente, en todo el universo).

PARTIR DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA CULTURA DE MASAS

Su visión se ha dirigido a describir y proponer un mejor uso de los medios en función de las necesidades de desarrollo cultural de la población. Es así como nos muestra en su prefacio de 1963 en su conocida obra *Comunicación y cultura de masas* (1970), el grado de mediocridad y empobrecimiento que impregnó al pensamiento latinoamericano adherido a un antropologismo sin realce científico y a una postura complaciente y desinteresada de rescatar la realidad para intentar mejorarla y *enjuiciar la difusa y patriarcal mediocridad que nos aqueja* (1986:39). De una actitud exegética, anclándose en una alienación acelerada sobre los modelos de pensamiento contemporáneo, su posición es la de aquel que aspira a forjar una tarea



Galería de Papel. Fotografía: Nicolás Pineda.

comprometida y realista que pueda decantar sus reflexiones en un devenir portador de proyectos sociales, políticos y morales, sin quedar en pura táctica circunstancial.

Sus pensamientos podrían verse aparentemente sumergidos ante cierta sospecha frente a la cuestionada actualidad mediática nacional, ya que solicitaba cierto *saneamiento cultural y social*; un compromiso junto a una autoconciencia donde convergen los teoremas en *praxis* como criterio verificable de una verdad ética ciudadana. Una geografía de la pobreza y de la depresión que imponía a la inteligencia y a toda mente despierta, para esa época, salir de los islotes de la parasitaria prosperidad que ha desarrollado el estadio social productivo del momento; una negación de la *prostitución cultural y de las formas colectivas del saber* se hacían necesarias -aún hoy- para el quehacer de ese pensamiento latinoamericano. Una dependencia más sutil y operante veía cercar de manera imponderable al hombre gracias a diversos mecanismos de control y organización simbólica y moral. En el fondo se volvía a hacer patente una superación del tan referido estadio, para ese entonces, de la *alienación* cultural. Pensaba que un análisis racional de tal situación podía llevar y conducir a una labor sectorial la desalienación individual/social; infundir una eticidad sostenida en el reino de los fines los cuales siempre han sido constantemente eliminados en los rigores neutralistas de la sociología empírica. Con ello pretendía superar uno de los traumas más profundos que nos aquejaba y posiblemente aún presente, el de *la atrofia comunicacional o el anquilosamiento dirigido en las formas básicas del saber* (1986:42); es la condición de una superestructura cultural atrofiada y una infraestructura acorde a ella.

Su proposición axiomática estaba en establecer las mutuas implicaciones dialécticas entre las formas de un *con-saber* (o saber-uno-con-el-otro) y tipo de convivir (referido a estructuras sociales globales), las cuales definen el *con-vivir* en relación con el *con-saber*. En el fondo nos dice que respecto a la comunicación lo que le urge es el análisis de cómo *se-sabe-uno-de-otro* para extender el sentido de la realidad comunicacional latinoamericana. Su intención, desde ese primer específico trabajo, era un intento concreto de inaugurar un nuevo sistema categorial de *relación* para la razón sociológica a partir del concepto de comunicación. Unas categorías dinámicas de inspiración comunicacional que proponían unos con-

“

Pasquali, conocedor de la realidad tercermundista, publicó en los años sesenta la obra *Comunicación y Cultura de Masas*. Texto que fue reeditado en los años setenta de manera sucesiva; convirtiéndose en punto de referencia insoslayable para todo trabajo comunicacional de rigor

”

ceptos surgidos de distintos contextos teóricos: de la filosofía social, la cibernética, la teoría de la información y del psicoanálisis, etc. y que no habían sido sistematizados en un todo teórico dentro del campo de los estudios de dicha área. Aparte de esta constante preocupación de AP, evidente en sus estudios, nos toparemos con reflexiones y trabajos de campo que intentan -y lo logran- desentrañar la realidad comunicacional y cultural venezolana del momento, sobre todo por una preocupación que por varias décadas sería su *pieza en el zapato*, es decir, sus observaciones e implicaciones culturales y morales respecto al desarrollo de la información audiovisual establecida en el país tanto a nivel privado como público, campo que consideraba *altamente sintomático* (1986:43). Para este autor fue una constante constituir una nueva tipología social mediática en torno a inéditas perspectivas sobre el manto de un progresismo surgido desde la teoría crítica y de las ciencias humanas. Damos inicio de esta lectura de AP comenzando por el *principio*, por su interpretación en clave *comunicacional* de la *teoría crítica social* de la Escuela de Frankfurt.

SOBRE LA TEORÍA CRÍTICA SOCIAL LEÍDA EN CLAVE DE COMUNICACIÓN

AP ha sido uno de los mayores entusiastas y estudiosos de la Escuela de Frankfurt

y su concepción de la teoría crítica inscrita en los trabajos de Adorno, Horkheimer, Benjamin y Marcuse. Desde sus primeros libros siempre encontramos en ellos un registro dedicado a ella, a su importancia y pertinencia en el análisis de los medios de comunicación que surge, sobre todo, de la obra *Dialéctica del Iluminismo*, trabajo en el que hallamos a uno de los capítulos más referidos y comentados, utilizados e interpretados por sociólogos y comunicólogos, el referido a la *Industria Cultural* de Adorno/Horkheimer, (concepto que hemos aludido anteriormente en esta revista en un artículo en el cual comentamos la obra de Ludovico Silva y su concepción de **Plusvalía Ideológica**¹, otro autor que no dejó pasar indiferentemente al mencionado capítulo de la *Industria Cultural*. (Ver *Comunicación*, N°121).

Pasquali, conocedor de la realidad *tercermundista*, publicó en los años sesenta la obra *Comunicación y Cultura de Masas*. Texto que fue reeditado en los años setenta de manera sucesiva; convirtiéndose en punto de referencia insoslayable para todo trabajo comunicacional de rigor; cita que bien puede ser para reafirmar sus propuestas o para negarlas, pero de obligado conocimiento a la hora de adentrarse en los análisis sobre la comunicación en Latinoamérica o en nuestro país.

Una visión diversa y crítica nos da esta obra acerca del paisaje comunicacional. Una comprensión de cómo se expande la anestesia represiva, la masificación programada y el mitridatismo propagandístico de la ingeniería comunicacional tanto mercantil/privada como pública/gubernamental. Ninguna esfera existente sale bien parada en sus apreciaciones.

La teoría crítica de la sociedad aportó una sociología del conocimiento junto a los juicios surgidos a partir de la interpretación del mejor moralismo clásico. Una filosofía inscrita en el primado del eudemonismo hedonista epicúreo y neo-freudiano, junto al acercamiento del neomarxismo crítico en tanto instrumento de cambio social y de interpretación teleológica de la realidad a superar; todo ello vendría a provocar un replanteo de la filosofía política sobre la base del primado de la red virtual, concreta y material de las comunicaciones.

Crítica a la psicología analítica por sus desviaciones de corte revisionista y mercantilista; ataca a la escuela de la sociología empírica, la cual sólo mide y clasifica, manteniendo posturas irracionales y místicas al recortar los hechos del contexto social de los factores que lo originan. Sólo una

filosofía crítica de la comunicación vendría a aprehender para este autor la tarea de encontrar un verdadero sentido y función de cada hecho comunicacional, *abstrayendo y desentrañando todos sus factores causales* (1986:20). Siguiendo a Horkheimer, acuña que a la filosofía sólo le queda un solo camino, según su compromiso epistemológico, y éste es sólo la crítica; la filosofía entendida como crítica al orden existente; crítica del uso instrumental de las disciplinas científicas y sociales a las que se pretende someter las formas del saber. Un alerta reflexivo al olvido de los fines racionales y humanos y del formalismo subjetivista que sólo atiende a la eficacia de los medios y deja lo demás de lado. Esta filosofía crítica aspira, para AP, mantener *el poder negativo de la razón contra el positivismo degenerado* (1986:21) y denunciar el mero funcionalismo y la perversión del auténtico eudemonismo objetivo de la cultura y del saber.

¿UN EPICUREISMO CRÍTICO MEDIÁTICO?

Como se ha visto, AP sostiene una condición epicúrea de la filosofía, la de aspirar a una felicidad y cierta liberación eudaimonista en tanto mejoramiento de vida individual y social. No sólo mostrarla como frío análisis de medios y unos objetivos a realizar, sino que en esa actividad también debe aspirarse a cierta tranquilidad del vivir auténtico en la medida que la filosofía se propondría en tratar de *controlar permanentemente, en la realidad social, el desenlace práctico de todas las premisas teóricas*. Es por ello que exige someter a prueba toda idea o proyecto en el terreno práctico de las consecuencias, analizando cada hecho el *cui prodest* de todo evento social comunicacional. Todo desarrollo crítico debería tener un reflejo material al decantar sobre el cauce de lo social. Filosofía en tanto mirada crítica permanente ante toda postura que se esconda bajo la égida del antifinalismo instrumentalizado. Ello ofrecería presentar cierta garantía y distancia ante todo sistema de carácter único de dominio y del divorcio tecnócrata entre filosofía y contexto humano ideológico, propiciando una pluralidad comunicacional. Una filosofía crítica que aspira poseer una función terapéutica y con anhelos de una perspectiva racionalista laica acerca del poder establecido.

Sus propuestas no quedan en la mera descripción de la sociología cognitiva o estructural, o de la filosofía analítica o del neopositivismo complaciente que terminan *dejando las cosas tal como están*: ter-

“
**Pascuali se inscribe dentro
 de una filosofía crítica que
 también es constructora
 y partícipe del contexto político
 al proponer, al igual que la
 ciencia, que sólo puede
 comprenderse y legitimarse
 en relación con la sociedad
 a cuyo servicio funcionan**
 ”

minando afirmándose en el cerco de una lógica totalitaria del hecho cumplido (Marcuse); impartir la denuncia del abuso y encomendar a una posición y acción sería lo propio de dicha teoría crítica; donde la lógica exige una relación con los hechos sociales construidos por el devenir de la razón práctica humana. AP se inscribe dentro de una filosofía crítica que también es constructora y partícipe del contexto político al proponer, al igual que la ciencia, que sólo puede comprenderse y legitimarse en relación con la sociedad a cuyo servicio funcionan.

Volviendo a Horkheimer, advierte que toda concepción positivista adapta la filosofía a la ciencia, exigiéndole prácticas más que razones, esto en lugar de contrastar la ciencia con la filosofía. Filosofía como una *ancilla administrationis* proponiendo al razonamiento científico en tanto *rector mundi* ético. No se trata de pensar que una concepción de la felicidad, de la libertad y del bien pueden desprenderse del saber de las ciencias, como pasa con los neo-tomistas que tienden a identificar verdad y bondad con realidad (1986:23): de ahí que su concepción incita a *obedecer a la realidad dada*, enunciado al que se opone la teoría crítica anteponiéndose su *antiprincipio negativo: lo que es, no puede ser verdad*.

Es una postura atenta que aspira denunciar a todo el universo totalitario de la racionalidad tecnológica que, en su prose-

guir, inculcó según AP, una moral egoísta y del éxito superficial o de vistosos pseudo-éxitos, de un bienestar consumista y de tenue y opaca satisfacción. Es por ello que ese optimismo tecnológico, ahora más presente que nunca en el cerco comunicacional del fenómeno de las redes y del fantasma de la virtualidad cibernética, viene a darnos una justificada sospecha de *trágica inautenticidad*, presente apenas al ejercer la crítica ante ese mundo de postulados optimistas a priori y con sus consecuencias reales implícitas en su práctica; una autocomplacencia que viene a ser instrumentalizado por agentes *extraculturales* con el propósito, de reforzar el control y el dominio².

Envueltos en este manto deificado y reificado de la tecnología viene a desembocarse en una sociedad partícipe de un *iluminismo degenerado* que se sustenta en un equilibrio del terror, ridiculizando todo esfuerzo a sobrepasar tal situación. Tal diatriba acerca de la técnica termina siendo un campo de reflexión filosófica que para AP decanta en la distinción entre *posesión y uso* de aquella.

Esta filosofía crítica persigue ser una filosofía genuinamente social; una teoría que no se queda con describir (propio de la *lógica totalitaria del hecho cumplido*) sino en criticar la realidad social en tanto fidelidad o traición a un modelo teleológico de realidad y perfección humana.

Su planteamiento acaba siendo, por una parte, una filosofía crítica cognitiva y a la vez moral: aspira a un mejoramiento de la condición humana en función de unos fines a alcanzar dentro del contexto histórico laico-material. Esto plantea la aparición de un *imperativo de negación racional y sistemático de lo positivo* (1986:25) Aquí lo positivo representa un momento estático y narcisista de una degradada razón que se desarrolla históricamente en términos funcionalistas de eficacia, control y dominio; en el que la acción negativa, en tanto momento dinámico, dialéctico y crítico (no-espontáneo) de una razón, debe contrastarse frente a la positividad perversa, es decir, sin perspectiva finalista. Retomando a su albacea filosófico, Horkheimer, se suscribirá en una filosofía que no se transforme en mera propaganda doctrinaria ante el mundo que rebosa ya de propaganda, *al punto de creer que el lenguaje no sugiere ni connota ya nada que no sea propaganda*. Negación, en tanto sea construcción de sentido, alteridad, inversión de la positividad, de la alienación sintomática, para convertirse en catarsis, recuperación y autonomía de

la razón: en esos parámetros se constituía ese *nuevo racionalismo* realista y crítico. Un reemplazo del *verum* satisfecho en la simpleza del *fatum* y de la que nace la fórmula: lo que *es*, no puede ser verdad. Lo que *es*, sólo podrá ser negado o aceptado bajo un plan teleológico, al constatarse que *no es aún lo que debe ser*. Es el momento, que gracias al *debe*, lo real se hace objeto de su negación, realizándose una perspectiva aún ideal y superior. Esta instancia finalista de la realidad es algo que activa toda perspectiva crítica; vendría a engendrar, internamente en sí, el planteamiento de una nueva utopía social. Condición que implica una terapia y una liberación: que intenta restituir en el hombre sus capacidades de valorar y enjuiciar la realidad a la luz de lo que debería ser y no es. *La eticidad vuelve a ser puesta de pie -sin complejos de inferioridad- y enfrentada al dominio teórico y práctico de un universo a-valorativo y simplemente eficiente, a las falsas dicotomías de "las dos culturas" (la científica y la humanista), a la faz de la razón tecnológica y a los supuestos imperativos de la realpolitik* (1986:28).

Se aspira a una moralización de la política, deslindarla de una falsa *neutralidad*; restaurar ciertos fines humanos basados en la convivencia pacífica (*Los ejércitos permanentes -miles perpetus- deben desaparecer con el tiempo, Kant: La paz perpetua*), cierto sentido de bienestar individual (mejorar la calidad de vida), una liberación de los falsos principios y esquemas de la realidad *operativa* (contra el consumismo pervertido), convirtiendo cada uno de estos fines, dentro de esta *nueva utopía*, en una *necesidad futura* (Hartmann). No en un registro de hechos sino en un retomar la capacidad de *hablar de manera distinta* de los datos fácticos gracias a una etología que pone de muralla a la piel humana en resguardo.

Es así que para este *primer Pasquali*, la utopía significa el único elemento progresista de la filosofía y el que impulsa un planteamiento crítico de los medios de comunicación en función de ese progreso más humano y no sólo tecno-científico. Este registro discursivo siempre girará sobre los conocidos planteamientos de la Escuela de Frankfurt, de sus conductores: Marcuse, Adorno y Horkheimer.

UNA FILOSOFÍA SOCIAL VISTA DESDE LA COMUNICACIÓN

El planteamiento de una filosofía social *negativa*, como se ha dicho antes, debe ser

“

Para este primer Pasquali, la utopía significa el único elemento progresista de la filosofía y el que impulsa un planteamiento crítico de los medios de comunicación en función de ese progreso más humano y no sólo tecno-científico. Este registro discursivo siempre girará sobre los conocidos planteamientos de la Escuela de Frankfurt

”

leída en clave *comunicacional*. Pues para ese momento (hoy en ciertas áreas más que nunca se ha ampliado la libertad de comunicación del individuo: telefonía celular, usos del internet, etc.), los medios de comunicación son para él, *la punta de lanza de una tecnología en tanto expresión suprema de la razón instrumental y represiva* (1986:29). Una filosofía que altere el equilibrio homeostático de amos y siervos mediáticos; un prescribir el *principio de realidad* que tiende a perpetuarse en posibilidad distinta al que usa el lenguaje del poder y de la administración total; una nueva razón negativa que muestra la trampa de los *ingenieros de almas*, al reforzar la carga compulsiva del super-ego social proponiéndole participación en una sociedad civil conciente de sus fines y esperanzas sociales.

Por ello, establece que un *surplus* informativo, expresión de una explosión cuantitativa, no equivale a entender sintomáticamente una mejor y *buena* información; es sólo instrumento útil a ser empleado en el pervertido consumismo obligatorio mediático. Por tanto, este texto afirmará una y otra vez que *el uso actual de los medios de información por parte de la industria cultural debe ser negado,*

pues, con carácter prioritario (1986:30). Ante esa *positividad comunicacional* le antepone, para el momento, la *utopía comunicacional* que vendría a reinstalar la libre circulación del *saber* donde sólo se nos acostumbra a escuchar las voces dominantes de la unidimensionalidad comunicacional. Un mundo que ha terminado de traspasar los procedimientos de la industria material a la cultural: toda repetición mecánica de un mismo producto cultural usa la misma lógica del *slogan* propagandístico. Vuelve a hacer suyo el principio de Horkheimer-Adorno: *Las comunicaciones masivas reducen todos los reinos de la cultura a un común denominador: la forma de mercancía*. De ahí que el lenguaje de la gente sea, según estos términos, un remedo del lenguaje de *los amos, de sus benefactores, de los agentes publicitarios*. Un nuevo oscurantismo mediático hace cerco a la semántica del mundo por el uso reiterativo e instrumental del lenguaje esquemático consumista.

En esta primera aproximación teórica AP advierte que el panorama comunicacional es el reino de la estabilidad absoluta e inercial de las instituciones democráticas, lo que viene a traducirse en una paralización o neutralización de los conflictos, ante aportes renovadores de una realidad cristalizada. Ante ello propone una reestructuración de los respectivos sistemas de comunicación masivos para el momento; esto quedaba como una propuesta a realizar más que haber propiciado un cambio con verdadero sentido democrático ante el mundo político/económico oficial. *Por eso los jefes de gobierno y las fuerzas vivas de la economía y de la política lo defienden con tanto calor. Porque en el fondo de sus almas intuyen oscuramente la factibilidad de la hipótesis marcusiana: que la desintegración del sistema imperante en las comunicaciones los dejaría sin voz y sería el preludio real de la desintegración de todo el sistema de poder* (1986:38).

El pensamiento crítico comprende que la industria cultural no es una factoría cualquiera: es una meta-industria; estos pensadores experimentarán en carne propia las cargas que tienen que arrastrar para poner en circulación, distribuir y promocionar sus propias obras críticas, sus ideas acerca de ese asunto. Es aquí donde se hace más imperativa la afirmación de Horkheimer: *Tener fe en la filosofía significa no permitirle al miedo que disminuya nuestra capacidad de pensar*.

LA VARIABLE COMUNICACIÓN

En otra faceta de su trabajo investigativo se planteó la tarea de comprender, establecer, definir, limitar y precisar qué es la comunicación más que fijarse en los medios de comunicación de forma sesgada. Pensó que se había inaugurado toda una *terra incógnita* a partir de los procesos técnicos comunicacionales que, si bien es cierto, ello no le resta importancia al hecho humano cultural, y como lo hace notar en el reino de la naturaleza entre sus componentes orgánicos donde se han establecido desde siempre relaciones de inherencia, relación, complementación y comunicación entre miembros de una especie con eventos y miembros de otras especies.

Ha habido autores que han presentado al concepto de comunicación invirtiendo el orden de la discursividad, recurriendo a la pretensión epistemológica del silogismo. El caso es que la comunicación no puede ser asumida como un invento reciente de la revolución industrial para acá o de los aportes únicos de la teoría de la información o de los procesos cibernéticos de información establecidos entre máquinas. La comunicación, como bien defiende nuestro autor, no puede ser reducida a los medios de comunicación; visto así es una perversión intencional de la razón y *tosco artificio ideológico* (1985:11). Su concepción lo lleva afirmar que la racionalidad propia de los medios de comunicación es instrumentada por el poder como racionalidad de dominio; advierte, por la posesión de cuantiosas posibilidades de acumulación informativa y expansión instrumental de medios, un desequilibrio en las comunicaciones, dividiéndolas entre comunicaciones débiles y fuertes acordes a esa administración y posesión de recursos y redes. El comunicador fuerte puede hacer gala de un *Big Brother*, el cual es sólo una voluntad de poder; la tecnología ha abierto, extendido, diversificado y ampliado esa posibilidad. Cumpliéndose su hipotético pronóstico dado en los 70: *las superpotencias traspasarán todo lo que puedan del sector secundario de la economía (contaminante y problemático), a los países subdesarrollados (o en vía de desarrollo, DR), para concentrar todo su poder en los sectores terciario y cuaternario de la (comunicación / información), generadores del mayor valor agregado y de controles realmente globales* (1985:13). El peso de lo virtual comunicacional de la sociedad de la información y el manejo e influencia del capitalismo informacional en nuestras vidas no hace sino confirmar estar observación asertiva.

66

Su concepción lo lleva afirmar que la racionalidad propia de los medios de comunicación es instrumentada por el poder como racionalidad de dominio; advierte, por la posesión de cuantiosas posibilidades de acumulación informativa y expansión instrumental de medios, un desequilibrio en las comunicaciones

99

QUÉ ES LA COMUNICACIÓN

Toda comunicación, en primer grado, produce una interacción biunívoca del tipo con-saber (saber compartido) y ello es posible al traspasar dicho saber a los dos polos que comparten una estructura relacional conjunta, siendo definidos como *transmisor* y *receptor*. Dicha relación configura una ley de bivalencia donde todo transmisor puede ser receptor y viceversa. Esto es propio de este estadio social humano pues las otras relaciones de *comunicación* con la naturaleza (relaciones de dominio y no de cooperación con ella) o con la materia bruta, resultan, hasta ahora, monovalentes: utilitarista, energética, destructora, etc. Respecto a las máquinas, en las que ahora se ha conformado todo un plexo comunicacional a la red de redes del internet, vendría a establecerse a lo sumo una comunicación indirecta con el *otro*, gracias por *el artificio impuesto* que para AP rebasaría los límites de la comunicación como tal y que viene a conformar sólo una relación de información.

Los únicos agentes que pueden establecer un comportamiento auténticamente comunicacional y social, no basado en un intercambio mecánico de informaciones-estímulo, serán los seres racionales, quienes son, casi a priori, depositarios de un con-saber y de unos instrumentos sim-

bólicos que los capacitan para ser, a la vez, transmisores y receptores tanto a nivel sensorial como intelectual. Esto define al hombre como un animal hablante y dialogante (con o sin recursos artificiales de comunicación), lo cual es requerido para saberse -aristotélicamente- en tanto animal político. Es así para AP (como para Norbert Wiener), la comunicación un *término privativo de las relaciones dialógicas interhumanas o entre personas éticamente autónomas, y señala justamente el vínculo ético fundamental con un otro con quien necesito comunicarme* (1986:50). Comunicar no es ni comulgar, ni fusionarse o alienarse; es un *estado abierto* que da origen a aceptar la alteridad de un interlocutor, una vinculación a un sujeto al que no se enajena en esta relación; un reconocimiento de igualdad de los participantes dentro del espacio en que se efectúa. La comunicación es un pacto de conservación por parte del sujeto en ese *contacto trascendental no fusionante; es tensión armónica entre dos polos* (idem). Retomando el enunciado de Heidegger suscrita por AP, la comunicación, en tanto relación simétrica, es un *oír a otro o prestarle oídos por la mutua voluntad de entenderse*; en terreno donde dos pensamientos se entrelazan y se insertan en una labor común que sólo en su conjunto se crea por el devenir que lo constituye. Tales argumentos son los que componen su *Teoría de la Comunicación*, la cual no tiene relación con una de la información de univocidad lógica, teoría que varió posteriormente con los aportes técnicos digitales actualmente conocidos. En dicha teoría de la información vemos que está constituida por un receptor *interpretante racional* que es independiente de cualquier recepción de informaciones obtenidas por una máquina equipada para la interpretación, almacenamiento y elaboración de mensajes, propias de elementos *efectores*.

Lo dicho anteriormente hace que se establezca, necesariamente, una diferencia de la información entre *máquinas cibernéticas* y otra a escala antropológica. Es por ello que los factores cuantificables y axiomáticos de desgaste o obsolescencia de la información (o entropía progresiva de los mensajes degradados por la repetición o banalidad) y asimismo conceptos de redundancia y ruido, segmentación estética y semántica, etc., sólo cobran sentido a ese nivel antropológico, es decir, en relación con un receptor en tanto *res cogitans*, en el cual le es inherente la interpretación no-mecánica del evento informativo. Una máquina receptora no tiene la ha-

bilidad para descifrar determinados grados de la entropía (repetición o canalización) de la información, ni discriminar un elemento semántico cuantificable y codificable, o un elemento estético ni un aumento de la información debido a una imprevisibilidad, etc. (1986:52).

De ahí que habrá, acorde a lo dicho, *transmisores* y *receptores* respecto a una artificial o mecánica relación técnico-informática o a una dada antropológicamente; encontramos que según los coeficientes comunicacionales estarían: **T** (sólo transmisor), **R** (sólo receptor) y **T-R** (transmisor y receptor). Tipología que puede aplicarse tanto a nivel mecánico como a nivel cognitivo, más los casos intermedios que puedan surgir. A nivel *cibernético* la comunicación puede tener una relación de reciprocidad de información-estímulos pero no *diálogo*. En cambio la relación bipolar de *comunicación-información* se establece entre entes no-mecánicos, habiendo así un intercambio de mensajes, con posibilidad de retorno no-mecánico entre polos dotados de un igualitario coeficiente comunicacional (**R-T**) o de información. Ello nos muestra que la diferencia entre una interacción comunicativa y otra informativa estará constituida, esta última, por un bajo coeficiente de comunicabilidad; aquí no hay una posibilidad de reenvío o retorno no mecánico entre los polos; la teoría de la información establece que toda transmisión de mensajes, entre entes racionales y/o artificiales, son unilaterales o sin canales de retorno; tal fenómeno decreta el predominio de los medios de comunicación unilaterales de transmisión, que proporcionan una nueva relación al ámbito del *con-saber* social; posiblemente hoy cambie algo el panorama con la red de redes y su carácter, en ciertos aspectos bidireccionales.

LA COMUNICACIÓN: UN SABER-SOCIAL

Para que sea posible la comunicación debe constituirse, antes que nada, un *saber-social* que la anteceda. Es la intuición de la existencia de un insoslayable *saber-común* que viene a ser un elemento constitutivo y no superestructural de lo social. De ahí que se conforme la triada sociedad-saber-comunicación. Toda sociedad está en función de contener un saber para su existir y ello exige la creación de unos medios comunicantes. Así podemos decir que a cada estadio de desarrollo social le corresponde no sólo un determinado grado de saber sino unos determinados medios de comuni-

cación que posibilitan su desenvolvimiento y supervivencia en tanto organización político-cultural. Sociedad-saber-comunicación es una triada imperativa para el existir de todo grupo humano; lo contrario, como bien sabemos, generada por la mudez de los medios comunicacionales, nos arrastraría a una muerte social, que es silencio prolongado en el tiempo.

No hay ningún saber *incomunicable*; todo saber debe estar precedido de su posibilidad comunicativa; la filosofía crítica conoce bien este planteamiento; por ello rechaza todo lo referido a toda experiencia mística o numinosa que no pueda ser transmitida y por tanto conocida. En otros términos, todo conocimiento contiene un grado y modo pragmático de comunicación. La incomunicación es propia de lo incognoscible, de la separación, del conflicto, de la incomprensión. Ese grado de comunicabilidad es lo que define al saber en torno a su *plexo social*.

Por tanto sólo existe sociedad o el *estar-uno-con-otro* donde se constituye un *con-saber* y esto se da al existir ciertas convenciones que engendran formas de comunicación. Para AP la relación que se establece entre medios de comunicación y totalidad social no es sólo, como se ha dicho, una relación de causa-efecto, o partetodo, o super-infraestructura; implica una inherencia o mutua inmanencia dialéctica constitutiva (1985:48). El estudio de tales inherencias constitutivas entre medios de comunicación y sociedad es lo que puede ayudar a comprender y transformar al subdesarrollo cultural, combatiendo toda atrofia comunicacional integrada en un presente histórico; sin embargo hoy pareciera necesario combatir más el aluvión de las informaciones que nos inundan e intentan distraer nuestras vidas individuales, ocasionando confusión mental de sobreinformación y de irreflexiva posibilidad de elegir y conocer cuál saber, fines y sentido son importantes para nuestra calidad de vida.

Es entonces que por ello todo este conjunto de conceptos, comunicación, relación, inherencia, medios de comunicación, requirieron de una nueva sistematización conceptual para comprenderse en tanto *categorías dinámicas*, las cuales están sujetas a un continuo cambio y evaluación de matices en su pertenencia dentro del juego social. Sus implicaciones, más que de corte semiológicas, psicológicas, estéticas o históricas, serán, en este autor, de orden sociológicas, con lo cual propone la necesidad de dedicarle una mayor atención por parte de la filosofía social.

SOBRE EL CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

En nuestra época, ciertamente, la cultura necesita ventilarse, sacudirse los paludamentos académicos y ponerse al paso con la civilización, so pena de quedar irremediabilmente rezagada y perder para siempre su capacidad de reflejar lo actual presente.

A. Pasquali:
Comprender la Comunicación

La reflexión filosófica de AP respecto al tema, comprende, como ya dijera Ruesch y Bateson en 1955, que la comunicación es la matriz donde están enclavadas todas las actividades humanas, considerando su éxito en tanto sinónimo de adaptación y vida; toda anormalidad de la conducta puede ser considerada como una perturbación en la comunicación; en psicología, el mejoramiento del sistema de comunicación individual viene a ser un punto importante para la superación de toda perturbación y neurosis individual y grupal: sin comunicación no hay relación ni sociedad y, por ende, estallan los conflictos y la violencia extrema (que se puede comprender como negación de la comunicación entre iguales por una de dominio y desigualdad). Bien se pudiera comprender que toda actividad humana debería tener en la mira, la importancia del intercambio de símbolos y actitudes, junto a los procesos y las formas de cómo se establecen históricamente las comunicaciones dentro de cualquier situación y sociedad humana. Ello para evitar el control unilateral y lograr un mejor desempeño en el convivir. Esta concepción propuesta podría realizar un viraje sustantivo y sintético dentro del sector de los estudios humanos.

Comprender la comunicación requiere, primeramente, concebirla como categoría máxima del entendimiento. Forma esencial que asume el concepto de *relación* dentro de un nivel antropológico, sin reducirlo a la función de aparato técnico-propagandístico que incidentalmente interviene en dicha relación. Por tanto, la comunicación estaría limitada a ser discurso sobre los medios de comunicación y no la comprensión de sus posibilidades expresivas presentes desde los orígenes de la historia humana.

Su visión del tema se levanta contra cualquier postura que algunos sectores de la investigación de medios quiere imponer alrededor del núcleo de la comunicación en tanto discurso técnico-estético. Que para AP, ofrece una perspectiva amorosa, asocial y a-histórica. Pensamos que dicha

visión hoy resulta cuestionable. Son otras formas conceptuales por las que se llega a comprender la condición múltiple y diversa de la comunicación. Sin embargo, para él era una situación imposible de aceptar; consideraba que el sistema de los medios de comunicación ejerce un poder global sobre el conjunto de la difusión, divulgación y diseminación de mensajes, modelos, comportamientos, estéticas, sensibilidades conocimientos y valores. Si bien asumía a los medios en su estadio epocal como un *cuarto poder*, posiblemente sean hoy el segundo por no decir el primero por gobernar o facilitar una buena parte de nuestra vida emocional e informativa.

Por otra parte, haya una distinción entre la comunicación *tradicional* y el *nuevo sentido* de la comunicación tecnológica, encontrando diversos factores que la hacen posible. En esta dimensión se unen intereses militares, matemático-cibernéticos, tecnológicos en general, biológicos, industriales, psiquiátricos y económicos que son todos los factores que delinean ese nuevo contexto de la comunicación *artificial* humana; se crea toda una atmósfera de *realpolitik* basada en el rendimiento y control *por* las comunicaciones, una voracidad de poder alimentada y respaldada por lo que la llamó *ideología iluminista-positiva*.

AP observa que toda esta interpretación *unilateral* de las comunicaciones técnicas actuales, en su carácter histórico, puede ser comprendida constatando una lucidez creciente en dicho *descubrimiento* del concepto de la comunicación. Tien- de a identificarse en buena medida con el sentido milenario del concepto de poder. Comunicación y Poder son dos conceptos que dentro de este *paisaje de lo artificial comunicacional* que describe AP, serían inseparables; sobretodo por aplicar los mecanismos del *olvido inducido de los hechos de la historia*, gracias a la variación y cambio perpetuo de los enunciados; creando una disponibilidad a-crítica y a-valorativa total, constituida alrededor del consumidor ideal.

La comunicación no es un hecho contingente ni intrascendente a esta escala; sus funciones decorativas, estéticas, informativas y de entretenimiento son determinantes para diseñar o modelar un sentido de la libertad simbólica de los individuos; tal situación reedita la tesis de Trasímaco ante el ejercicio de la justicia²: favorecer al comunicador o canal de comunicación más fuerte, generando así su consustancial injusticia social. La comunicación encarnará un nuevo sentido de autoridad, de

representatividad del poder político, científico y tecnológico; por lo cual, para este investigador, el aspecto de las comunicaciones de masas no pueden dejarse al libre albedrío de los mercaderes, tecnócratas, fundamentalistas político-religiosos o panegiristas (1985:24); terminarían convirtiendo al hombre en mero medio, sin capacidad de conocerse a sí mismo en tanto fin o poseedor de sus propios fines y necesidades informativas y cognoscitivas.

Su alerta está referida al consumidor de medios el cual viene a ser, en tanto integrante de un grupo social, bien sea influido de manera privada o pública por los medios, colonizado ideológicamente. Sus planteamientos lo llevan a hablar respecto a estos consumidores de cultura mediática como *atados a un estado de mudez y de pura receptividad a las emisoras metropolitanas e incomunicados entre sí* (1985:27), especie de autismo mediático; juicio que pareciera ser, si en gran parte real, también ampliamente discutible: hoy se han generado movimientos alternativos de importancia social para que las minorías puedan emitir su voz, por otras vías alternas de alcance global (vía internet, telefonía, periodismo comunitario, medios alternativos, por sólo decir algunos).

La sociedad civil no se ha organizado aún lo suficiente respecto a los usos públicos y privados de los medios para que emerjan una serie de respuestas que nos muestren una conciencia civil cabal junto a una participación respetuosa y tolerante, un conocimiento del uso de éstos para contraponer cualquier unilateralidad mediática a la población desde los tintes de un poder de medios sesgado, hegemónico y no plural, antidemocráticos, nada participativos.

Este concepto de *comunicación*, entonces está implícito dentro del grupo de categorías de *relación* -como vimos antes-, y con ello es posible patentizar la dimensión axiomática de toda comunicación, surgiendo desde nuevos planteamientos sociales y políticos, dando un sentido transformativo de la racionalidad junto a una ética y sentido de justicia. Esto es lo que nos ofrece este autor dentro de lo que llamó *Teoría Crítica de las Comunicaciones*. Este cuadro es el punto de partida para una filosofía crítica de la sociedad, como lo vimos antes, una especie de *antiideología* del orden social existente, negadora radical del *positivismo satisfecho*.

■ **David De los Reyes**
Doctor en Filosofía y profesor
titular de la Universidad Central de
Venezuela (UCV)

Nota del autor:

Queremos aclarar que este es un primer artículo sobre este importante autor venezolano de una serie a presentar en los siguientes números de esta revista. Ellos estarán dedicados a las diferentes propuestas conceptuales de este pensador acerca de los medios de comunicación.

Notas y referencias bibliográficas

Pasquali, Antonio, *La Moral de Epicuro*. Tiempo Nuevo. Caracas.

— 1967: *El Aparato Singular*. FES-UCV, Caracas.

— 1986: *Comunicación y Cultura de Masas*. Monte Ávila, 1ª ed.:1972, Caracas.

— 1985: *Comprender la Comunicación*. Monte Ávila, 1ª ed.:1970. Caracas.

¹ Pasquali reporta la situación de dicha plusvalía anunciando la gestación violenta que han sufrido las formas de convivencia no ya por la presencia de los medios sino por la novísima fórmula de una acumulación de plusvalía comunicacional, (1985: 14).

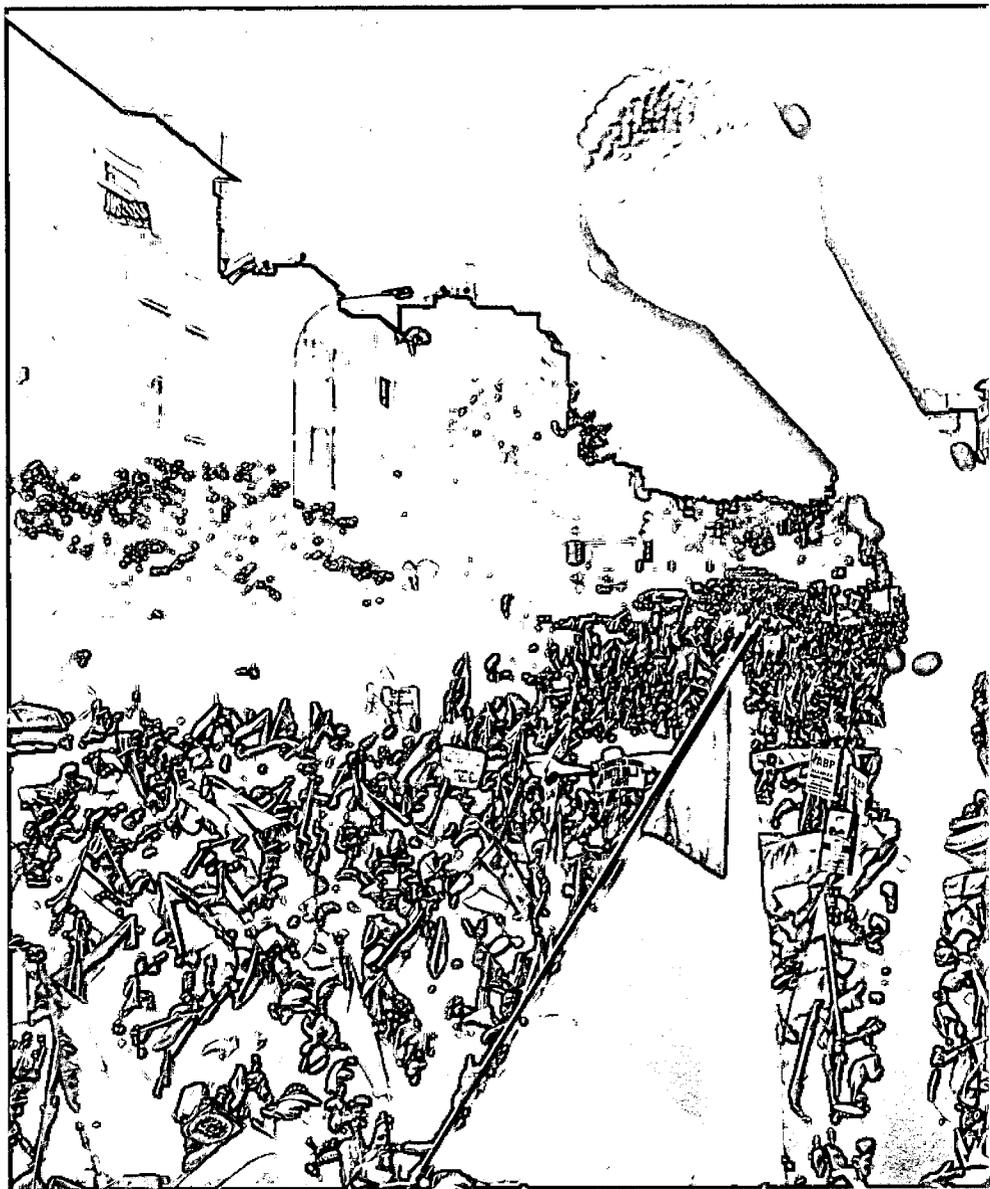
² Para esos años AP declaraba sobre el sentido que tenía, por ejemplo, el sentirse complacidos por poseer un nuevo *gadget* como lo era una rastreadora de satélites, si ello sólo significaba para nuestro subdesarrollo más penetración no reversible de mensajes externos, más colonialismo, más carga publicitaria, más condicionamiento del perceptor y todo ello en cantos de hosannas al progreso tecnológico. La realidad ha ampliado dicha complacencia de *gadget* pero surgido ahora con un nuevo instrumental que permite la reversibilidad de los mensajes a cierto nivel social del uso de los medios pero ello, a ojos de este autor, no deja de ser un atentado para la cultura del país en función de su percepción sobre la acción de los medios y la relación jerárquica que hay entre países desarrollados y los demás. Según su análisis para ese momento la técnica solo vendría a reblandecer la posición negativa del ciudadano. La técnica, sin ser una bendición para la humanidad, no ha traído como consecuencia el advenimiento del proyecto moderno de una sociedad humana posttecnológica. En el esquema que manejaba esta teoría crítica el hombre vendría a ser convertido sólo en un instrumento más, una cosa, un medio, un consumidor empedernido y fetichista que reforzaría el orden propuesto por la bandera positivista de cara a casi un progreso infinito. Ver 1986:25

³ Personaje importante del diálogo platónico *La República o de la Justicia*, donde éste político de la antigüedad griega refiere que la justicia debe ser definida por el derecho del más fuerte.

La Sociedad de la Información

Abstract

After a comprehensive review of the Knowledge and Information Society and its consequences for the study of economics, Carlos Guzmán addresses the problem of the digital gap. This is usually defined as: "the differences that exist between people, families, businesses, geopolitical zones, countries, and socioeconomic levels with regard to the opportunities of access to information and communication technologies (TIC), and their utilization in a wide range of activities." The author agrees with other theorists and organizations that to arrive at an equitable and inclusive Information Society, it is necessary not only to have equal access to the technologies but also the tools to understand effectively the new panorama. Guzman recognizes that this will not be an easy task.



con objetivos de Inclusión y Equidad



Galería de Papel. Fotografía: Ramón Lepage.

Resumen

Luego de realizar un detallado recorrido a la Sociedad de la Información y del Conocimiento y sus consecuencias en la concepción de la Economía, Carlos Guzmán aborda el problema de la brecha digital, comúnmente definida como “las diferencias existentes entre personas, familias, empresas, áreas geopolíticas, países, de diferentes niveles socioeconómicos, con relación tanto a las oportunidades de tener acceso a las tecnologías de la información y comunicación (TIC), como a la utilización que hacen de ellas para una amplia variedad de actividades”. El autor coincide con otros teóricos y organizaciones cuando expone que la forma de concretar una Sociedad de la Información con inclusión y equidad es permitiendo una mayor acceso no sólo a las tecnologías, sino a las herramientas para efectivamente comprender el nuevo panorama, no obstante, reconoce que no es una tarea fácil.

Los recursos y capacidades de una empresa, organización e institución pueden clasificarse en tangibles e intangibles, siendo esta segunda categoría la que está recibiendo una atención especial en los últimos años dado su enorme potencial para generar valor organizativo. La razón principal, como nos destaca Alfons Cornela (2000: p.1), es que las *ideas* parecen haber sustituido al *capital* en su función de generador de *riqueza*. La explotación inteligente de la información, su conversión en conocimientos¹, puede que sea la única fuente de competitividad² sostenible y sustentable. Las organizaciones así lo están percibiendo, y responden convirtiéndose en más intensivas en información. A su vez, los ciudadanos se *informacionalizan*, es decir, utilizan información de manera constante tanto en el ocio como en el negocio asistiendo a un proceso de *ciudadanización del conocimiento*.

Y, finalmente, afirma Alfons Cornella³, surge con fuerza en la economía un *sector información*⁴ que parece ser el único capaz de generar los empleos que las sociedades requieren para la estabilidad social. Todos estos cambios son resumidos por la afirmación de que estamos ingresando en una sociedad de la información, en una *sociedad del conocimiento*. El concepto de sociedad de la información⁵ no es una idea reciente, sino que podemos decir que en la década de los setenta, en un momento de emergencia de la comunicación de masas y el paso de una sociedad industrial a una de servi-

■ Carlos Guzmán Cárdenas

cios, surgieron una serie de autores que en diferentes escritos empezaron a hablar de un cambio en la sociedad y en la economía. Estas primeras opiniones pueden ser consideradas, hoy en día, como el germen conceptual de la llamada sociedad de la información.

Así, Daniel Bell, ya en 1973, llamó la atención sobre el hecho de que el sector principal de la economía en los países más desarrollados, tanto en cuanto a la producción como en relación al número de trabajadores, había dejado de ser el sector secundario (la industria) para dejar paso al sector terciario (la prestación de servicios). A esta nueva sociedad emergente la llamó *sociedad post-industrial*: el paso de una sociedad productora de bienes a una sociedad de información o de conocimiento. Según Bell, otra característica de esta sociedad es la importancia de la tecnología, y en particular de los "computadores" o sistemas informáticos, como fuente de cambios económicos, políticos, sociales y culturales.

A este cambio de la sociedad hacia el sector terciario, basado en el conocimiento y en la tecnología, se le ha llamado, con matices, de distintas formas⁶. Mc Luhan desarrolla el concepto de *la aldea global*. Nicholas Negroponte (1995) dice que el mundo se ha vuelto *digital*⁷. Francis Fukuyama (1999) señala que en los últimos cincuenta años, en los Estados Unidos y en otros países desarrollados se ha producido un cambio hacia la denominada "*sociedad informática*". Indica que una sociedad estructurada en torno a la informática tiende a producir una mayor cantidad de dos valores apreciados por el individuo en la democracia moderna: *la libertad y la igualdad*; parece concordar (Petrisans Aguilar, Ricardo. 2000: p.38) en algunos aspectos con la corriente optimista sobre los efectos de la red para la sociedad humana, aún cuando advierte rápidamente "*cabe preguntarse si todas sus consecuencias son tan positivas como se afirma*". El canadiense Donald Tapscott⁸ señala que transcurren tiempos turbulentos, tanto como los de las revoluciones significativas de la historia humana. La revolución tecnológica posibilita la aparición de *una nueva economía basada en la red de inteligencia humana*.

Manuel Castells, mucho más recientemente, habla de *la sociedad informacional* (en adelante, SI). Castells comenta en su trilogía *La Era de la información*⁹ que la génesis de la SI se originó en la coincidencia histórica, a finales de los años 60, de tres procesos independientes: la revo-

“

Daniel Bell, ya en 1973, llamó la atención sobre el hecho de que el sector principal de la economía en los países más desarrollados, tanto en cuanto a la producción como en relación al número de trabajadores, había dejado de ser el sector secundario (la industria) para dejar paso al sector terciario (la prestación de servicios)

”

lución de la tecnología de la información, la crisis económica tanto del capitalismo como del estatismo y el florecimiento de movimientos sociales y culturales como el antiautoritarismo, la defensa de los derechos humanos, el feminismo y el ecologismo. La interacción de estos procesos y las reacciones que desencadenaron crearon una estructura social dominante (la sociedad red); una nueva economía (la economía informacional) y una nueva cultura (la cultura de la virtualidad real).

En sus reflexiones, apunta también que la economía informacional global se diferencia de la industrial en la incorporación del conocimiento y la información en todos los procesos materiales de producción y distribución. Ello permite que los usuarios y los creadores puedan fusionarse en un solo perfil tomando, de este modo, los usuarios el control de la tecnología como en el caso de Internet. Así se deduce una estrecha relación entre los procesos sociales de creación y manipulación de símbolos (la cultura de la sociedad) y la capacidad de producir y distribuir bienes y servicios (fuerzas productivas). En *el informacionalismo* la generación de riqueza, el ejercicio de poder y la creación de códigos culturales han pasado a depender de la capacidad tecnológica de las sociedades y las personas, siendo la tecnología de la información el núcleo de esta capacidad.

La diferencia en esta sociedad informacional emergente es que ingresamos ahora en una "forma específica de organización social en la que la generación, proceso, y transmisión de información, se convierten en las principales fuentes de productividad y poder" (Castells, Manuel. 1998: p.21). La explotación inteligente de la información, su conversión en conocimiento, la generación de mecanismos de aplicación de ese conocimiento en el desarrollo de nuevos productos y procesos, incluso de nuevas formas de organización social, es pues, el recurso fundamental, el que explica las diferencias entre las empresas y las sociedades.

Por otra parte, existen autores que sostienen que, aunque los conceptos relacionados con la sociedad de la información se basan, principalmente, en principios sociológicos, comunicativos y económicos, la idea de sociedad de la información es un concepto nacido en un entorno político. En particular, el japonés Yoneji Masuda desarrolló la política japonesa para la Sociedad de la Información (Masuda, 1983), considerándola el objetivo nacional del Japón para el año 2000.

En tal sentido, a efectos de un punto de partida conceptual, la mayoría de las definiciones de sociedad de la información actualmente en uso, comparte con mayor o menor cercanía, el sentido de los párrafos siguientes, a saber:

- "*Sociedad que crece y se desarrolla alrededor de la información y aporta un florecimiento general de la creatividad intelectual humana, en lugar de un aumento del consumo material*"¹⁰.
- "*Nuevo sistema tecnológico, económico y social. Una economía en la que el incremento de la productividad no depende del incremento cuantitativo de los factores de producción (capital, trabajo, recursos naturales), sino de la aplicación de conocimientos e información a la gestión, producción y distribución, tanto en los procesos como en los productos*"¹¹.
- *En particular la SI se caracteriza por "el uso intensivo de las nuevas tecnologías en todos los sectores sociales y económicos, como herramientas para lograr la modernización de los mismos, la competitividad y el desarrollo auto sostenido del Territorio, modernizando la industria tradicional (industria del átomo) y la Administración, creando nuevos sectores productivos (industria del bit) y en general*

mejorando la calidad de vida de los ciudadanos”¹².

— “En la Sociedad de la Información y el Conocimiento están emergiendo nuevos servicios -centrados en la comunicación y en las tecnologías de la información- y, en consecuencia, nuevos escenarios que se caracterizan porque enfatizan las actividades humanas de la sociedad y producen una aceleración en los cambios económicos y sociales. Todo ello provoca un abanico de oportunidades en torno al mundo del trabajo y la calidad de vida de los ciudadanos, inimaginable hasta ahora y, por lo tanto, habrá que actuar para ofrecer todas las garantías que faciliten un crecimiento lo más ordenado y equitativo posible para todo el conjunto de personas (físicas y jurídicas) que componen la sociedad”¹³.

— “Se entiende por sociedad de la información aquella comunidad que utiliza extensivamente y de forma optimizada las oportunidades que ofrecen las tecnologías de la información y las comunicaciones como medio para el desarrollo personal y profesional de sus ciudadanos miembros”¹⁴.

— “El término sociedad de la información se refiere a una forma de desarrollo económico y social en el que la adquisición, almacenamiento, procesamiento, evaluación, transmisión, distribución y diseminación de la información con vistas a la creación de conocimiento y a la satisfacción de las necesidades de las personas y de las organizaciones, juega un papel central en la actividad económica, en la creación de riqueza y en la definición de la calidad de vida y las prácticas culturales de los ciudadanos”¹⁵.

— “Entorno en el que la información es un factor clave del éxito económico y en el que se hace un uso intenso y extenso de las tecnologías de la información y las comunicaciones”¹⁶.

— “La sociedad de la información no es un modismo. Representa un profundo cambio en la organización de la sociedad y de la economía, habiendo quien la considere un nuevo paradigma técnicoeconómico. Es un fenómeno global, con elevado potencial transformador de las actividades sociales y económicas, una vez que la estructura y la dinámica de esas acti-

“

Existen autores que sostienen que, aunque los conceptos relacionados con la sociedad de la información se basan, principalmente, en principios sociológicos, comunicativos y económicos, la idea de sociedad de la información es un concepto nacido en un entorno político.

”

vidades que inevitablemente serán, en alguna medida, afectadas por la infraestructura disponible de informaciones. Es también acentuada su dimensión político-económica, resultante de la contribución de la infraestructura de informaciones para que las regiones sean más o menos atractivas con relación a los negocios e iniciativas. Su importancia se asemeja a la de una buena autopista para el éxito económico de las localidades. Tiene todavía una señalada dimensión social, en virtud de su elevado potencial de promover la integración, al reducir la distancia entre personas y aumentar su nivel de información”¹⁷.

— “La digitalización de la información, la automatización de procesos, el comercio electrónico, el crecimiento del aspecto inmaterial de la riqueza producida y el desarrollo de las nuevas redes tales como Internet, favorecen extraordinarias transformaciones económicas, sociales y culturales, e introducen insospechados cambios en los hábitos y costumbres de la vida cotidiana de las personas. Estas transformaciones están facilitando la emergencia de una nueva sociedad, a la que mundialmente se le denomina sociedad de la información y, a veces, sociedad del conocimiento. Se trata de un sistema económico y social donde la generación, procesamiento y distribución de conocimiento e informa-

ción constituye la fuente fundamental de productividad, bienestar y poder. El avance hacia la sociedad de la información entraña promesas de prosperidad material, equidad social, renacimiento cultural y desarrollo democrático nunca antes conocidos en nuestra historia. Sin embargo, su realización no está asegurada. Las nuevas tecnologías sólo abren oportunidades de progreso, pero no lo determinan por sí mismas. El fundamento de la sociedad de la información consiste en la emergencia de un nuevo paradigma técnico-económico, cuyo soporte básico lo constituyen las nuevas tecnologías”¹⁸.

Lo cierto, es que la tecnología se ha ido asentando en todas las parcelas de nuestras vidas, y la sociedad de la información comienza a ser un hecho. Cualquiera que sea la definición que se escoja, es preciso reconocer que su desarrollo no debe conjugarse en futuro, sino que tiene manifestaciones ya presentes en la realidad. Se puede apreciar que la tendencia en la economía al entrar el siglo XXI, se orienta hacia el crecimiento de los sectores en los cuales *el conocimiento es el insumo crítico principal*: la industria del software, la microelectrónica, la biotecnología, los nuevos materiales, las telecomunicaciones, la química fina y otros. En los bienes y servicios de estos sectores, es el componente substancial del costo (y del precio), en detrimento del componente material.

Sobre este aspecto, Fernando Chaparro (2001: pp.19-20), nos apunta que:

“En las sociedades que se perfilan para el tercer milenio, la posición de cada persona en la sociedad crecientemente es el producto del conocimiento que él o ella han logrado desarrollar o construir. La sociedad del mañana se vislumbra como una sociedad en la cual cada individuo y cada organización construirá su *propia capacidad de acción*, y por lo tanto su posición en la sociedad, a través de un proceso de *adquisición y desarrollo de conocimiento*, y de la consolidación de su *capacidad para generar nuevo conocimiento*, que le permita adaptarse dinámicamente a una realidad en rápido proceso de cambio y transformación. Lo anterior solo se logra a través de procesos continuos de generación y uso del conocimiento, organizados de tal forma que puedan contribuir a procesos de *aprendizaje social*. Este es el rasgo central de las Sociedades del Conocimiento. Estas últimas son sociedades con

capacidad para generar conocimiento sobre su realidad y su entorno, y con capacidad para utilizar dicho conocimiento en el proceso de concebir, forjar y construir su futuro. Es decir, de utilizarlo en el proceso permanente de construcción de la sociedad, a través del desarrollo, transformación permanente y consolidación de sus principales instituciones sociales. De esta forma, el conocimiento se convierte no solo en instrumento para explicar y comprender la realidad, sino también en motor de desarrollo y en factor dinamizador del cambio social”¹⁹.

Los cuatro factores de creación de riqueza en una economía han sido siempre la tierra, el trabajo, el capital y el conocimiento, pero la importancia relativa de cada uno de ellos ha ido variando con el tiempo. Un claro ejemplo es el *cluster del conocimiento* como estructura de aprendizaje e intercambio que puede ser definido como el sistema nervioso que promueve la competitividad de un país.

El conocimiento se convierte en las economías de finales del siglo XX y de principios del siglo XXI en la fuente principal de creación de riqueza, y cada vez más se va abriendo paso la afirmación de que la fuente principal de creación de ventajas competitivas de una empresa reside fundamentalmente en *lo que sabe*, en *cómo usa lo que sabe* y en su capacidad de *aprender cosas nuevas*. De este modo y en conexión con esta especial relevancia del conocimiento, la sociedad actual también recibe el nombre de sociedad del conocimiento.

No es menos cierto que se trata de un proceso en marcha, apoyado en la *convergencia*²⁰ de distintas tecnologías existentes y que están en permanente evolución; el sector económico más importante se sustenta en la convergencia de las industrias de la informática, las comunicaciones y la información. El denominador común entre presente y futuro son las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC).

Sin embargo, el ascenso de la economía informacional se caracteriza por el desarrollo de una nueva lógica organizativa que está relacionada con el proceso actual de cambio tecnológico, pero no depende de él. *La convergencia e interacción entre un nuevo paradigma tecnológico y una nueva lógica organizativa es la que constituye el cimiento histórico de la economía informacional*. La eficacia en las organizaciones son aquellas capaces de generar conocimiento y procesar información con éxito; de adaptarse a la

“

El sector económico más importante se sustenta en la convergencia de las industrias de la informática, las comunicaciones y la información. El denominador común entre presente y futuro son las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC).

”

geometría variable de la economía global (Castells, Manuel. 1998: p.84); de ser lo bastante flexibles como para cambiar sus medios con tanta rapidez como cambiar los fines, bajo el impacto del rápido cambio cultural, tecnológico e institucional; y de innovar.

De manera que, a efectos de este documento, entenderemos a la sociedad de la información como *un estadio de desarrollo social* caracterizado por la capacidad de sus miembros (ciudadanos, empresas y administración pública) para obtener y compartir cualquier información, de forma instantánea, desde cualquier lugar y en la forma en que se prefiera. La sociedad de la información se contempla como el efecto de *un cambio o desplazamiento de paradigma* en las estructuras industriales y en las relaciones sociales, del mismo modo que, en su oportunidad, la Revolución Industrial, modificó, irremediablemente, a las sociedades de fundamento esencialmente agrario. Definitivamente, la expresión “sociedad de la información” es un concepto amplio que implica una nueva forma de organización de la economía y de la sociedad.

EL NUEVO PARADIGMA: CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

El nuevo paradigma, es el de las ideas como motor del crecimiento. Lo diferencial

en las nuevas teorías del crecimiento es que los activos intangibles no se consideran variables intratables, sino que precisamente mediante la exploración de sus propiedades especiales en contraste con las de los activos tangibles se intenta explicar por qué la actual economía es muy distinta de la economía industrial. Los activos intangibles de la empresa, si son gestionados y medidos convenientemente, se transforman en una fuente de ventaja competitiva sostenible capaz de proporcionar valor organizativo y traducirse en beneficios importantes. Sin embargo, dicha competitividad se manifiesta de otra capacidad parcial, a saber, implica *una capacidad de innovación*²¹.

“Las empresas logran ventaja competitiva mediante actos de innovación. Enfocan la innovación en su sentido más amplio, que comprende tanto nuevas tecnologías como nuevos modos de hacer las cosas. Encuentran una nueva forma de competir o mejores medios para competir al modo antiguo. La innovación puede manifestarse en el diseño de un nuevo producto, en un nuevo proceso de producción, en un nuevo método comercial, en un nuevo modo de llevar a cabo la formación y la capacitación del personal. Buena parte de las innovaciones son banales y marginales, y dependen más de la acumulación de pequeñas intuiciones y progresos que de un gran logro tecnológico. A menudo, implican ideas que ni siquiera son ‘nuevas’: ideas que estaban ahí pero que nadie ha llevado adelante con tesón. Y siempre implican inversiones con destreza y conocimiento, así como en bienes físicos y en la reputación de la marca. Algunas innovaciones crean ventaja competitiva porque captan una oportunidad de mercado totalmente nueva o sirven a un sector del mercado del que otros han hecho caso omiso. Cuando los competidores responden con lentitud, tal innovación proporciona ventaja competitiva”²².

La experiencia histórica muestra que, en cada una de las distintas etapas de los procesos de desarrollo económico de los países, prevalecen distintas estrategias para generar progreso económico. En las economías de *menor desarrollo*, se depende en buena medida del aumento de las cantidades de factores para generar nueva riqueza, y los aumentos en productividad que prevalecen suelen consistir en mejoras parciales en procesos productivos existentes que no implican incrementos sustanciales en la intensidad del capital. En las economías *emergentes*, cobran mucha importancia los aumentos acelera-

dos en los niveles de inversión que conducen a elevar rápidamente la productividad del capital. Y en las economías *desarrolladas*, la productividad de los factores está cada vez más determinada por *procesos de innovación sistemáticos y extendidos* que son capaces de provocar saltos frecuentes y acumulativos en los niveles de productividad general. La economía (o gestión) de la tecnología sería el marco explicativo para el análisis de las fuentes del crecimiento en las economías desarrolladas. Sin embargo, también está demostrado que el entorno institucional y la trayectoria histórica tienen un papel fundamental para, en última instancia, aumentar la productividad.

De esta manera, el reto de los países en desarrollo es el de elevar aceleradamente la calidad de sus factores de producción, para *pasar de una economía basada en el uso extensivo y poco productivo de los factores, a una basada en la inversión, y luego, a otra basada en la innovación*. Este círculo virtuoso debe conducir a una productividad y eficiencia mayores, siempre que se den las condiciones adecuadas para unos cambios organizativos e institucionales igualmente espectaculares.

Por supuesto, el nuevo paradigma tecnoeconómico surge, sin lugar a dudas, de las persistentes presiones competitivas tecnológicas para mantener la rentabilidad y la productividad de los sectores industriales pero también de los límites percibidos al crecimiento del viejo estilo de producción masiva. Tal como exponen de una manera más amplia y detallada, Don Tapscott y Art Caston:

“Una realidad apremiante del nuevo ambiente global es la emergencia de una nueva era de competencia, la cual está en ascenso no sólo por parte de los adversarios tradicionales en los mercados tradicionales, o de aquellos que entran a un sector económico o industrial específico, sino también debido a la desintegración de las barreras de los mercados antes aislados y protegidos.(...)La competencia puede surgir de manera inesperada en cualquier lugar. Esto significa que las empresas ya no pueden confiarse demasiado con respecto a sus participaciones de mercado y a sus posiciones competitivas. (...)Es inevitable la reestructuración de las economías nacionales, ampliamente impulsada por los adelantos en la tecnología de la información.(...)En consecuencia, **la información se ha convertido en un bien de capital**; se está haciendo similar en valor a la mano de obra, los mate-

“

Las dificultades para definir y clasificar la novedad son inmensas, pero la mayoría de los autores hacen una simple distinción utilizando como criterio clasificatorio el grado de novedad de la innovación entre innovaciones radicales e innovaciones incrementales

”

riales y los recursos financieros. (...)La tecnología de información también permite penetrar los demás sectores de manera sorprendente. Con los mercados y sus participantes en constante cambio, ya no existe la posibilidad de que las empresas establezcan una permanente ventaja competitiva. Ninguna empresa puede ‘dormirse en sus laureles’; cada una debe estar en constante innovación para competir”²³.

Sobran los referentes para percibir que la humanidad se encuentra en medio de la revolución más intensa y acelerada en la ciencia y la tecnología. En ella, destacan determinadas corrientes tecnológicas que tienen la virtud de permear y transformar toda la estructura productiva mundial, como son la microelectrónica, la informática, la ciencia de los materiales, y las biotecnologías. Con estos avances, *la innovación se ha convertido en una fase más del proceso productivo de las empresas más competitivas*, y con ello, la generación sistemática y permanente de nuevos productos y procesos se ha constituido en el elemento clave de estas empresas para obtener altas y sostenidas tasas de aumento de su productividad. En el caso de la denominada nueva economía, la relación entre innovación, productividad y ventajas competitivas; puede analizarse siguiendo **la teoría de la economía-red** de Manuel Castells (2001: pp.118-119),

“La nueva economía, con el e-business como punta de lanza, no es una economía on line sino una economía cuyo motor es la tecnología de la información, que depende del trabajo autoprogramable y que está organizada en torno a redes informáticas. Estas parecen ser las fuentes del crecimiento de la productividad del trabajo y por lo tanto de la creación de riqueza, en la era de la información. Sin embargo, si el trabajo es la fuente de la productividad, el poder creativo del trabajo y la eficacia de la organización empresarial dependen en último término de la capacidad de innovación. (...) En una e-economía basada en el conocimiento, la información y factores intangibles (tales como la imagen y las conexiones), la innovación constituye una función primordial. La innovación depende de la generación de conocimientos permitida por el acceso abierto a la información; información que está accesible on line”.

Las innovaciones implican desarrollos de los inventos, institucionalizando nuevos métodos de producción o introduciendo los nuevos productos o servicios en el mercado.

“Recientemente se ha definido la innovación como la conversión de ideas en productos, procesos o servicios que tienen éxito en el mercado. Estas ideas pueden ser tecnológicas, comerciales y organizativas. Por ello, se puede distinguir entre innovaciones tecnológicas y ‘no tecnológicas’. Las primeras implican productos, servicios o procesos nuevos o mejorados gracias a la tecnología. Las segundas consisten en nuevas formas de organización o gestión de la empresa o nuevos comportamientos en el mercado”²⁴.

Una de las principales dificultades con la que se han tenido que enfrentar los neoschumpeterianos radica en la variedad y complejidad de las innovaciones. Varían mucho dependiendo de la industria, del grado de novedad y coste²⁵, de la tecnología, y del tipo (de producto, de proceso, organizativa, de sistema).

Las dificultades para definir y clasificar la novedad son inmensas, pero la mayoría de los autores hacen una simple distinción utilizando como criterio clasificatorio el grado de novedad de la innovación entre *innovaciones radicales e innovaciones incrementales*; algunos incluso no realizan ninguna distinción. Las dificultades de definición son considerables incluso para esta simple dicotomía, pero de todas maneras es una distinción importante, porque los dos tipos de innovación tienen una combinación muy diferente de *inputs* de conocimiento y tienen conse-

cuencias muy diferentes para la economía y las empresas que las realizan.

En consecuencia, la innovación tecnológica²⁶ aparece como una condición esencial para la expansión de una sociedad de la información y del conocimiento, de forma que el desarrollo de *Know-how* y el cambio tecnológico vienen a ser los impulsos directores que están detrás de un crecimiento sostenido.

Los sistemas de información (SI, conjunto de metodologías y software de aplicación), la naturaleza de las TIC en sí misma (computadoras, software de sistema, telecomunicaciones) y la gestión de la información (GI) atraviesan por modificaciones tecno-económicas de gran alcance que se basan en una combinación de innovaciones radicales e incrementales de producto²⁷, junto con innovaciones organizativas, como un conjunto de capacidades emprendedoras, estratégicas, de decisión y gerenciales.

Por otra parte, la masiva incorporación a la actividad económica de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), los efectos del proceso de mundialización económica y el cambio en los patrones de consumo de las familias -costumbres, actitudes, deseos, expectativas y preferencias de los usuarios o públicos metas, es decir, precisiones muy afinadas que nos señalan cómo se está moviendo el usuario o beneficiario en orden a lo simbólico, en términos de oferta y demanda- sientan las bases de un importante proceso de transformación económica, que podemos condensar en la transición hacia una *economía basada en el conocimiento*²⁸.

El surgimiento de las nuevas tecnologías de información²⁹ y comunicación (NTIC, en adelante), la creciente complejización de la producción con base en el dominio tecnológico y el intenso proceso de transnacionalización por el que han venido avanzando las economías desde hace algunas décadas, es causa y consecuencia a la vez de la búsqueda de un ámbito competitivo mucho más amplio en el curso de una economía mundial cada vez más globalizada.

De hecho, Michael Porter (1999: p.82) nos señala, que

“La revolución de la información está afectando a la competencia de tres maneras esenciales:

- Modifica la estructura del sector y, con ello, altera las reglas de la competencia.
- Crea ventaja competitiva al dotar a las

“

Las razones por las cuales surge a finales del siglo XX, son porque la revolución de la tecnología de la información le ha proporcionado la base material indispensable en la determinación de las ventajas competitivas de una economía “digital”.

”

empresas de nuevos medios de superar a sus competidores.

- Origina negocios totalmente nuevos, por lo general a partir de las operaciones actuales de una empresa.

La tecnología de la información está transformando la manera de funcionar de las empresas; está afectando a todo el proceso mediante el cual una empresa crea los productos. Es más, está redefiniendo el producto en sí: el conjunto integral de bienes físicos, servicios e información con que las empresas proporcionan valor a sus clientes”.

DE LA ECONOMÍA DE CAPITAL A LA ECONOMÍA “RED”

Por ende, estamos ante una nueva forma de economía que ha surgido básicamente en los últimos 20 años. A juzgar por Manuel Castells se trata del surgimiento de una nueva economía³⁰ a escala mundial que la denomina:

“...informacional y global para identificar sus rasgos fundamentales y distintivos, y para destacar que están entrelazados. Es *informacional* porque la productividad y competitividad de las unidades o agentes de esta economía (ya sean em-

presas, regiones o naciones) dependen fundamentalmente de su capacidad para generar, procesar y aplicar con eficacia la información basada en el conocimiento. Es *global* porque la productividad, el consumo y la circulación, así como sus componentes (capital, mano de obra, materias primas, gestión, información, tecnología, mercados), están organizados a escala global, bien de forma directa, bien mediante una red de vínculos entre los agentes económicos. Es *informacional* y *global* porque, en las nuevas condiciones históricas, la productividad se genera y la competitividad se ejerce por medio de una red global de interacción”.

Las razones por las cuales surge a finales del siglo XX, son porque la revolución de la tecnología de la información³¹ le ha proporcionado la base material indispensable en la determinación de las ventajas competitivas de una economía “digital”. No obstante, cabe señalar, como apunta la Secretaría de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2000: p.14),

“...que las TIC constituyen la infraestructura y el equipo físico de la economía basada en el conocimiento, pero no son condición suficiente para la transformación de la información en conocimiento y su incorporación al proceso productivo. La economía basada en el conocimiento requiere inversiones en recursos humanos y en industrias de alta tecnología, para que el conocimiento codificado y transmitido por las redes de computación y de comunicaciones pueda adaptarse a las necesidades de producción de las empresas en el país. Es este conocimiento tácito, incorporado en los individuos, lo que constituye el principal motor de la economía basada en el conocimiento. En otros términos, la transición hacia la ‘nueva’ economía requiere un esfuerzo importante de capacitación individual de trabajadores, empresarios y consumidores, así como la creación de un sector productivo basado en la ciencia y la tecnología. (OCDE, 1996). (...) Además, la gestión del conocimiento es un tema de creciente importancia para aumentar la competitividad de las empresas y la eficacia del sector público. Las TIC permiten un manejo más fácil de los datos, pero esto no basta para definir y mantener las ventajas competitivas de las empresas, cuyo objetivo es agregar valor, transformando los datos en información y la información en conocimiento (Israel, 2000, p. 15). La gestión del conocimiento incluye el conjunto de procesos que gobiernan la creación, dise-

minación y utilización del conocimiento para su aplicación en la toma de decisiones y en las acciones que se emprenden”.

A partir de la segunda mitad de la década de los noventa las economías desarrolladas se han caracterizado por la progresiva implantación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el conjunto de las actividades económicas, tanto de producción como de distribución y consumo. Un amplio abanico de innovaciones³² de proceso y de producto en materia informática y de telecomunicaciones ha generado la aparición de nuevas actividades productivas –el sector TIC’s– que, junto con la transformación de la industria de los contenidos tradicionales hacia los nuevos formatos digitales³³, ha dado lugar a un nuevo sector productivo: la industria de la información.

De acuerdo al marco conceptual utilizado en este estudio y como definición operacional,

“...las TIC se definen como sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información, y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores. Por lo tanto, las TIC son algo más que informática y computadoras, puesto que no funcionan como sistemas aislados, sino en conexión con otras mediante una red. También son algo más que tecnologías de emisión y difusión (como televisión y radio), puesto que no sólo dan cuenta de la divulgación de la información, sino que además permiten una comunicación interactiva. El actual proceso de “convergencia de TIC” (es decir, la fusión de las tecnologías de información y divulgación, las tecnologías de la comunicación y las soluciones informáticas) tiende a la coalescencia de tres caminos tecnológicos separados en un único sistema que, de forma simplificada, se denomina TIC (o la ‘red de redes’)³⁴.

Por su parte, el Informe sobre Desarrollo Humano en Venezuela 2002, realizado por el PNUD (2002: pp.10 y 47), titulado “Las Tecnologías de la Información y la Comunicación al Servicio del Desarrollo” nos dilucida que,

“(...) las TIC se conciben como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) -constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional- y por las Tecnologías de la Información (TI), caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registro de contenidos (informática), de las comunicaciones (telemática) y de las in-

“

Un amplio abanico de innovaciones de proceso y de producto en materia informática y de telecomunicaciones ha generado la aparición de nuevas actividades productivas -el sector TIC- que, junto con la transformación de la industria de los contenidos tradicionales hacia los nuevos formatos digitales, ha dado lugar a un nuevo sector productivo: la industria de la información.

”

terfases (mediática), lo cual ha sido posible dada la adaptabilidad que ofrece la computación. El producto bandera de las TIC es Internet(...). Las TI incluyen un aspecto de las comunicaciones, aquél relativo a su integración con la computación por medio de enlaces digitales, a éstas se suman las TC (‘tecnologías convencionales de la comunicación’), y ambas participan –y con gran impacto- en el fenómeno que nos ocupa: el desarrollo humano. A la unión de esas tecnologías la denominamos TIC. Esto podría expresarse con la fórmula: TIC= TI + TC.”

LA ECUACIÓN FUNDAMENTAL: INFOESTRUCTURA MÁS INFOCULTURA

Sin embargo, la consecución de una economía de la información no garantiza que se desarrolle una sociedad de la información. Un país puede disponer de una pujante economía de la información sin que llegue quizás a constituirse en una sociedad de la información. De hecho, se trata de conceptos que indican un diferente nivel de *desarrollo informacional*³⁵ pero también del *desarrollo humano*³⁶. En efecto, es preciso oponer un marco con-

ceptual muy distinto, insistiendo en algo muy sencillo: en una sociedad avanzada siempre hay mercados, pero las sociedades no se reducen a los mercados. Dicho de otra manera, los elaboradores de sistemas de indicadores parten del presupuesto de que la sociedad de la información es la sociedad del mercado de la información. La sociedad de la información no es entendida como una nueva modalidad de relación entre personas a través de redes telemáticas transnacionales, sino como una mercancía y un servicio ofrecido por empresas a millones de consumidores y usuarios potenciales³⁷.

No obstante, la vida social en *el tercer entorno*³⁸ es mucho más rica que el simple acceso a la información ofertada en los ámbitos públicos del espacio electrónico (la Web), y precisamente por ello cabe hablar de sociedad de la información. En la medida en que pensemos el espacio electrónico desde una perspectiva cívica, lo importante son *las acciones e interrelaciones* entre los propios usuarios por medio de las nuevas tecnologías digitales, electrónicas e informacionales. Javier Echeverría (2001), partiendo de la hipótesis que *las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) posibilitan la construcción de un nuevo espacio-tiempo social, en el que puede desarrollarse la sociedad de la información*, nos indica que hay que precisar ante todo que el espacio electrónico no se reduce a Internet. Los procesos de cambio social son *espacio-temporales*³⁹ y ello también afecta a la sociedad de la información, en la medida en que sea una sociedad diferente de la sociedad industrial, como suele aceptarse.

Los supuestos de partida de este estudio, para comprender estas calificaciones, son los siguientes:

- La información, distribuida y permeabilizada en todos los ámbitos de la sociedad debe ser considerada un insu- mo fundamental para la toma de decisiones, comprendiendo los aspectos políticos, económicos, comerciales, educativos y culturales.
- Es en este escenario que se inserta el concepto de **la brecha digital**⁴⁰, la que es universalmente considerada como una de las barreras principales para el desarrollo de la sociedad de la información y, como consecuencia, un obstáculo de alta importancia para alcanzar el nuevo paradigma de desarrollo⁴¹.
- La brecha digital es la manifestación de una *forma de exclusión*, con eleva-

da potencialidad para ampliar las diferencias económicas, comerciales y sociales que separan a los países y regiones (brecha digital internacional) y a los individuos y organizaciones dentro de los países (brecha digital doméstica).

- La brecha digital se define como la diferencia que existe entre las personas (comunidades, provincias, países...) que cuentan con las condiciones óptimas para utilizar adecuadamente las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su vida diaria, y aquellas que *no tienen acceso a las mismas o que aunque lo tengan, no saben utilizarlas*⁴².
- La brecha digital no se relaciona solamente con aspectos de carácter tecnológico, es el reflejo de una combinación de factores: socioeconómicos, culturales, políticos y de infraestructura de telecomunicaciones e informática.
- Las TIC pueden ser habilitadoras del Desarrollo Humano⁴³ siempre que se les conciba como herramientas, en el marco de una estrategia comprensiva orientada al logro de estos objetivos (Informe Venezuela PNUD 2002: p.13).
- Para que las TIC proporcionen el impacto que su potencial promete, resulta necesario que los programas y proyectos contemplen el desarrollo concurrente de los dos estratos, tanto el *infoestructural (acceso y uso)*, como el *estrato cultural (apropiación)*. Sin el desarrollo correspondiente de los aspectos del estrato cultural no puede garantizarse la efectividad de las TIC (Informe Venezuela PNUD 2002: p.19).
- Las TIC como habilitadoras de redes sociales de innovación y **capital social**⁴⁴. La construcción de sociedades del conocimiento requiere, el desarrollo de *procesos de apropiación social del conocimiento*, por medio de los cuáles este último es apropiado por la sociedad, o por actores o sectores específicos de la misma. Esta apropiación se da por parte de individuos, de organizaciones (como es el caso de empresas), o de la comunidad y de las instituciones sociales básicas de la sociedad. A través de dicho proceso, el conocimiento se convierte en "*bienes públicos*" que, al acumularse e inte-

“

La brecha digital se define como la diferencia que existe entre las personas (comunidades, provincias, países...) que cuentan con las condiciones óptimas para utilizar adecuadamente las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su vida diaria, y aquellas que no tienen acceso a las mismas o que aunque lo tengan, no saben utilizarlas

”

relacionarse, pasan a formar parte del *capital social* con el que cuenta una empresa, una organización, una comunidad, una institución social, o la sociedad misma. Es sobre la base de este *conocimiento socializado*, o capital social, que las organizaciones y las instituciones sociales pueden responder a las oportunidades y los desafíos que el nuevo entorno brinda, y adaptarse a cambios rápidos que en este mismo se presentan⁴⁵.

- La educación de los ciudadanos, consumidores y usuarios dentro del territorio del Estado debe tener un componente de **marca cultural** en el sentido de la valoración del papel de la información y del conocimiento en todas las actividades.
- La competencia en el ámbito de los mercados debe rendir las barreras de entrada y de salida fundamentadas en la información. Una de las tareas de defensa de los procesos de competencia de las autoridades públicas debe ser, justamente, el asegurar el más amplio tránsito de la información en el seno del cuerpo social.

- El cambio cultural y social hacia la promoción de comunidades en red.
- Las TIC como instrumento de las oportunidades laborales y mejora de la productividad. La principal consecuencia de esta "era digital"⁴⁶ se encuentra en el cambio de las ventajas comparativas y competitivas, con el potencial transformador de buena parte de los factores tradicionales de producción en actividades basadas en el uso intensivo del conocimiento⁴⁷.
- La brecha digital es una expresión más de la exclusión del acceso a múltiples recursos que sufre una proporción significativa de la población, favorecer el desarrollo de las TIC sólo tiene sentido como esfuerzo prioritario en la medida en que contribuya a la superación de estas barreras (Informe Venezuela PNUD 2002: 28).
- La denominada "brecha digital" es un término resultante de la ausencia de acceso a la información en el contexto de la Red. Si se prefiere una conceptualización más amplia y comprensiva, puede definirse como la *distancia "tecnológica"* entre individuos, familias, empresas, grupos de interés, países y áreas geográficas en sus oportunidades en el acceso a la información y a las tecnologías de la comunicación y en el uso de Internet para un amplio rango de actividades (ALADI 2003: 5).

De modo que, en el contexto venezolano de expansión de las TIC, es importante evaluar el nivel de preparación informacional, tanto el *infoestructural (acceso y uso)*, como el *infocultural (apropiación)* y, en cada uno de los Estados en particular frente a las exigencias de una estrategia nacional de construcción de la sociedad de la información con criterios de inclusión y equidad así como una inserción eficiente en la economía digital.

Asimismo, surgirá un posicionamiento del conjunto y de los elementos individuales que lo conforman para el aprovechamiento de oportunidades, enfrentar las amenazas y tomar los desafíos que surgen del avance de este proceso global, permitiendo obtener elementos fundantes de políticas que propendan a la mejor inserción y desarrollo de capital social. Como es lógico, el diseño de políticas parte, necesariamente del conocimiento de situación, que es el objetivo primario del estudio propuesto.

NUDOS CRÍTICOS Y CENTROS DE ATENCIÓN PROBLEMÁTICOS PARA EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Así, por *economía de la información* entendemos una en la que se ha desarrollado un *sector información* que contribuye de forma relevante a su crecimiento. La emergente industria de la información está superando su propio desarrollo tecnológico y, en la actualidad, el conjunto de productos y servicios resultantes de la producción informacional son utilizados como factores productivos por el resto de ramas de actividad de la economía. De esta manera se está construyendo un entramado de relaciones sinérgicas entre la industria de la información y el resto de ramas de actividad, que tiene como principal elemento visible la incorporación del conocimiento a la estructura productiva de las economías avanzadas⁴⁸.

Y, por *sociedad de la información* entendemos una sociedad en la que la información se usa intensivamente en la vida social, cultural, económica y política. El concepto de sociedad de la información es complejo y el grado de desarrollo del mismo todavía está en elaboración, de la misma forma en que el propio *modelo de sociedad* se está construyendo. Aún así, puede sintetizarse diciendo que el conjunto de relaciones humanas -y su comportamiento, tanto individual como colectivo-, y organizacionales, se basan en la comunicación y el intercambio de información. Con la llegada de la "revolución tecnológica", un porcentaje cada vez más importante de ese comportamiento y de esas relaciones se digitalizan mediante la utilización intensiva de los sistemas tecnológicos de Información y Comunicaciones. Así, las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) se definen como los sistemas tecnológicos integrados e interconectados en una red mundial, mediante los cuales se recibe, se transforma y se transmite la información.

No obstante, un país puede desarrollar un potente sector de la información (infraestructura o infoestructura⁴⁹) sin que se *informacionalice* la sociedad, es decir, sin que se desarrolle una *cultura de la información* (infocultura⁵⁰). Y al revés, una sociedad puede estar constituida por *ciudadanos y organizaciones informacionalmente cultas*, sin que ello conlleve automáticamente el surgimiento de una economía de la información.

En tal sentido, es importante destacar, apoyándonos en el Informe Venezuela PNUD 2002, desde una perspectiva del de-

“

Un país puede desarrollar un potente sector de la información sin que se informacionalice la sociedad, es decir, sin que se desarrolle una cultura de la información. Y al revés, una sociedad puede estar constituida por ciudadanos y organizaciones informacionalmente cultas, sin que ello conlleve automáticamente el surgimiento de una economía de la información.

”

sarrollo humano, la *equidad e inclusión*, algunos **nudos críticos y centros de atención problemáticos** sobre este asunto.

1. La concentración de la capacidad y el conocimiento para el tratamiento y difusión de la información ha sido *selectiva*, orientada por la búsqueda de *la rentabilidad*. El resultado es una gran disparidad entre sectores, actividades, regiones y ciudades, que están interconectados, y aquellos que se encuentran fuera de las redes, creándose así fuertes *polarizaciones, centros cambiantes y fragmentaciones*.
2. *La red*, como una posibilidad clave permitida por el desarrollo de las TIC, puede ser aprovechada para los fines de desarrollo, lo que requiere, antes que un cambio tecnológico, un cambio social. *La debilidad institucional* explica en gran medida su poco aprovechamiento.
3. El *mercado* es un poderoso impulsor del progreso tecnológico; pero no es suficientemente poderoso para crear y difundir las tecnologías necesarias a fin de erradicar la pobreza⁵¹. Hasta ahora el desarrollo de las TIC ha sido impulsado fundamentalmente por el
4. El sector de la industria de las TIC tiene sus expectativas, la mayoría de las cuales son perfectamente legítimas, pero a la vez excluyentes al no considerar la llamada *demandas "no solvente"*. En este contexto, subraya la importancia de incrementar el acceso de los pobres a oportunidades, seguridad y **empoderamiento**⁵² para el crecimiento económico y la reducción de la pobreza.
5. Todo análisis integral y profundo sobre la temática debe considerar con un mayor énfasis al componente infocultural. Profundos cambios han de ser introducidos si se plantea la reducción de la marginalidad de las grandes masas frente a la sociedad del conocimiento. Se propone repensar la penetración de todo servicio, esta vez reflejando la incorporación de la infocultura prevalente en la población usuaria potencial. La infoestructura es una condición necesaria pero no suficiente. Probablemente el factor determinante es la infocultura.
6. El beneficio no se encuentra en las TIC *per se*, sino en su potencial para crear poderosas redes institucionales, políticas, económicas y sociales al mejorar la comunicación y el intercambio de información.
7. No todos los países pueden beneficiarse del enfoque de las TIC como un sector productivo, pero sí se pueden beneficiar de la adopción de un abordaje de las TIC como habilitadoras, más aún si se incorporan dentro de las estrategias y metas concretas del desarrollo, como por ejemplo mejorar la inclusión, y mejorar la salud y la educación.
8. Para medir la brecha digital se usa algunos indicadores básicos que permitan establecer el estado de difusión de las TIC en los países, a saber: el número de líneas telefónicas fijas, el número de unidades móviles, el número de computadoras y el número de usuarios por país. En el caso de Venezuela, las áreas más débiles se refieren a los componentes relativos a *acceso a computadoras* y

mercado y existe el riesgo de que éste siga siendo el motor de su desarrollo. Si éste fuera el caso no puede garantizarse que se favorezcan las aplicaciones que respondan a los intereses y necesidades de los que están excluidos.

a Internet⁵³, en las cuales está en desventaja comparada con otros países de la región latinoamericana. En esta materia (ALADI 2003: p.9), es preciso atender al menos a dos dimensiones. La primera de naturaleza infraestructural (disponibilidad y costo de acceso, entendido como inversión) y la segunda referida a los costos operacionales (costo del acceso, entendido como mantenimiento).

Asimismo, la industria sigue siendo más la simple suma de expresiones individuales y menos un tejido institucional. No está presente la idea de “cadena” como conjunto de actores “aguas arriba” y “aguas abajo” relacionados por intereses comunes. Existen, igualmente, escasas relaciones entre los empresarios y los centros de investigación universitarios.

Hay que advertir que la medición de la brecha es sólo un promedio y que ésta no se mantiene constante a través de las distintas capas sociales, etáreas y regionales de un país. Al respecto, la brecha digital de cada grupo social está determinada por su asentamiento geográfico⁵⁴ (ciudad, país, región) y nivel socioeconómico -entre otras variables-, las que se correlacionan con las posibilidades de acceso a las TIC.

La brecha digital en sí misma, no sería causante directa de menor crecimiento económico, pero la falta de penetración de las TIC en una economía podría constituirse en un freno al crecimiento. Es indudable que la reducción de la brecha digital pasa por alterar las causas que la producen. Pero, ésta no es una tarea sencilla, dado que es necesario enfrentar problemas estructurales que subyacen en los países, tales como el nivel de desarrollo económico, educacional, de infraestructura, etc.

La brecha digital es, entonces, un problema generalizado, que afecta a todos los países, en diferente forma y magnitud, lo que por ende implicará soluciones adaptadas a cada realidad para un problema que es común. Existe un consenso generalizado en el sentido que la batalla contra la brecha digital debe ser llevada a cabo en todos los frentes y por el conjunto de la sociedad. En caso contrario, el retraso económico de los países en desarrollo, particularmente en los de la región, será persistente.

9. En cuanto al estado de *aplicación de las TIC a los procesos educativos*⁵⁵ del país, su *cobertura es todavía mínima* y las herramientas tradicionales no son suficientes para que se generen aprendizajes efectivos.

10. Los *niveles de interactividad* de la población son escasos. Un requisito para acceder a Internet es disponer de conexión telefónica y computadora en el hogar. En ambos casos se experimenta todavía en Venezuela *grados de exclusión elevados*. En el acceso a Internet hay una notoria brecha entre pobres y no pobres.

11. Con miras a favorecer la inclusión, no puede ignorarse el potencial de las TIC en la mejora del acceso de los menos favorecidos a puestos de trabajo⁵⁶.

12. Las principales barreras para la *instrumentación masiva del gobierno electrónico en el país* son: la escasez de destrezas necesarias en el sector público y las limitaciones de la infraestructura. A pesar de la presencia de redes de cobertura nacional, éstas operan de forma descoordinada y no se comunican entre sí. Además, los escasos presupuestos asignados a los entes limitan las posibilidades de mantener los *costos de conectividad* y la *actualización tecnológica*.

13. La *penetración de Internet y la disponibilidad de centros de conexión colectiva son todavía reducidos*, lo que afecta directamente el éxito de los programas de gobierno electrónico, que asumen como requisitos que los ciudadanos -individuos, grupos y empresas- cuenten con los medios necesarios para comunicarse en línea con las diversas instancias del gobierno.

14. La llamada **brecha digital**, definida como las diferencias existentes entre personas, familias, empresas, áreas geopolíticas, países, de diferentes niveles socioeconómicos, con relación tanto a las oportunidades de tener acceso a las TIC, como a la utilización que hacen de ellas para una amplia variedad de actividades, viene siendo una manifestación más de la **“brecha social”**. La brecha digital debe entenderse como otro resultado que se agrega al déficit democrático y lo agranda.

15. En relación con la brecha digital, menos de uno de cada diez hogares pobres tiene acceso a una computadora, y son usuarios de Internet una proporción aún menor, siendo la vía más común para *acceder a la Red los centros de acceso colectivo: cibercafés, centros educativos, infocentros y similares*. Las razones de esta exclusión son múltiples, algunas de ellas relaciona-

das con el perfil educativo de la población, que actúa como una barrera evidente al acceso, y otras relacionadas con las características del **modelo de penetración de las nuevas tecnologías, basado en el acceso individual, con los altos costos de conexión que todavía prevalecen**.

16. Para masificar el impacto de las TIC en las aplicaciones al campo de la salud, la educación o el mundo del trabajo productivo se requiere el aporte de **contenidos** provenientes de los organismos responsables de las respectivas políticas. Sin embargo, no se reflejan todavía estrategias sectoriales que impulsen el logro más acelerado de los objetivos del desarrollo humano a través del uso generalizado de TIC.

17. En relación con la democratización del acceso, las experiencias de los **infocentros** indican el potencial de este instrumento, pero se han experimentado *problemas de sostenibilidad*, tanto financieros como relativos al desarrollo de contenidos que aseguren su *apropiación social*.

Conviene también indicar, que tenemos que entender mejor cómo manejamos la información, cómo generamos conocimientos, cómo aprendemos. En este punto, captar la diferencia entre modelos de *transferencia de información* (alguien emite una información dirigida al espacio, y alguien la recibe, sin que quede claro qué hace con ella) y modelos de *transacción de información* (se produce una sintonía entre las necesidades de información de alguien y las posibilidades informadoras de otro: la captación de conocimientos responde a una especie de *conversación* en la que ambas partes van modelando su mensaje según la respuesta que va recibiendo del otro) va a resultar fundamental. En esta evolución, será también importante determinar qué entendemos por *habilidades informacionales (literacy skills)*, es decir, qué tipo de habilidades deberá tener un ciudadano de la sociedad de la información para poder desempeñarse con tranquilidad.

De igual modo, existen otros factores básicos determinantes de la capacidad de una comunidad para aprovechar las ventajas y oportunidades que ofrece la sociedad de la información; así tenemos:

A) **Acceso**: El acceso es la condición necesaria mínima para participar en la sociedad de la información, pues su inexis-

tencia niega cualquier aprovechamiento de las oportunidades ofrecidas por la misma. El acceso, en última instancia, hace referencia a los medios físicos al alcance del individuo y a las características de los mismos.

B) Sociedad en Red: Aparte de los conocimientos y del acceso, una comunidad debe fortalecer y agilizar sus vínculos mediante las TIC. Las organizaciones, al igual que los individuos, deben aprovechar las facilidades de articulación y de llegada que proporcionan las TIC tanto en términos de economía de costos como de tiempo y esfuerzos.

C) Políticas públicas con una visión incluyente en el fomento de las Nuevas Tecnologías. La expansión de la sociedad de la información, pese a que tiene su base en el impulso del sector privado depende fuertemente del *liderazgo público*, sobre todo allí donde el sector privado es débil y no se dispone de los recursos y habilidades necesarias para la puesta en marcha de la sociedad de la información. No obstante, el rol del sector público debe ser diferente al del sector privado pues no hay que olvidar que los fundamentos de la sociedad de la información residen en la libertad individual y en la libre competencia.

Más aún, el *capital humano* es una condición necesaria básica cuya inexistencia niega el aprovechamiento de las infraestructuras mismas. Para transformar las TIC como poderosas herramientas habilitadoras del desarrollo humano y explotar sus potencialidades en el marco de una estrategia nacional de construcción de la sociedad de la información con objetivos de equidad, se requiere adaptar, aplicar y avanzar en los conocimientos que los individuos de una comunidad tienen sobre las tecnologías de la información y la comunicación. Dicha adaptación y aplicación de las TIC requiere de conocimientos tácitos y teóricos previos por parte del principal sujeto y objeto de dichas políticas: *el ciudadano*.

■ **Carlos Enrique Guzmán Cárdenas**
Sociólogo, profesor del Instituto de Investigaciones de la Comunicación
Universidad Central de Venezuela
(ININCO) y miembro del Consejo de Redacción de Comunicación
carlosgu@telcel.net.ve

Notas y referencias bibliográficas

¹ El conocimiento es la combinación de información, contexto y experiencia. El conocimiento resumido, una vez validado y orientado hacia un

objetivo genera inteligencia, la cual pretende ser una representación de la realidad. Estos factores están gobernados por dos criterios: cantidad y calidad. Una naciente economía, que es conocida como la **economía informacional global**, porque trata con elementos intangibles, tales como la información, el conocimiento y el capital intelectual de las personas, está creando inéditos perfiles profesionales así como originales desafíos gerenciales para la organización de los procesos productivos -gerencia del capital intelectual (ICM), gerencia del conocimiento (KM)- que favorezcan la capacidad innovadora y, de manera más general, está ejerciendo un fuerte impacto en los patrones de interacción social con el surgimiento de una nueva estructura social dominante, que los expertos dan en llamar la **sociedad en red**, aunada a inexploradas expresiones culturales y, que se denominan habitualmente, como la **cultura de la virtualidad real**.

² La **competitividad** es una característica vinculada con colectivos económicos, tales como países y naciones. Para las empresas funciona mejor el concepto de "**posición competitiva**". En las condiciones de un "mercado libre y justo", -que señala Manuel Castells (1998) "pertenecen a un mundo irreal"-, las instituciones políticas actúan en la economía internacional buscando maximizar la ventaja competitiva de las empresas que se encuentran bajo su jurisdicción. Los gobiernos apoyan o no programas de desarrollo tecnológico en la medida en que estos pueden aportar beneficios para las ventajas competitivas de sus empresas. Al entrar en una competencia global, los grandes países deben movilizar los recursos necesarios para encontrar las herramientas que contribuyan con la incorporación de las empresas nacionales a la competencia internacional y, no sólo eso, sino además de una forma ventajosa. La empresa innovadora presenta por ello un cierto número de características particulares que pueden reunirse en dos grandes categorías de competencias: a) Las **competencias estratégicas**: visión a largo plazo, aptitud para determinar o incluso anticipar las tendencias del mercado, voluntad y capacidad de recopilar, tratar e integrar la información económica y tecnológica. B) Las **competencias organizativas**: gusto y control del riesgo, cooperación interna entre los diferentes departamentos funcionales y externa con la investigación pública, los gabinetes de asesoría, los clientes y los proveedores; implicación de la empresa en el proceso de cambio e inversiones en recursos humanos. El concepto de competitividad engloba los de productividad, eficacia y rentabilidad, pero la competitividad de un país, una región o una empresa depende hoy de **forma determinante de su capacidad de invertir en investigación, conocimientos y tecnología**, así como en la **creación de competencias** que hagan posible sacarles el mejor partido posible en términos de productos y servicios nuevos. Las nuevas teorías del crecimiento insisten sobre el hecho de que el motor de un crecimiento duradero son el incremento de los conocimientos y los cambios tecnológicos y no la acumulación pura y simple de capitales.

³ Véase, CORNELLA, Alfons (2000) *Infonomía.com. La empresa es información*. Bilbao, España. Ediciones Deusto S.A. 337 Págs. (2000a) *La información no es necesariamente conocimiento*. Barcelona. Infonomia.com Noviembre, 14 Págs. (2000b) *La información alimenta y ahoga*. Barcelona. Infonomia.com Noviembre, 26 Págs. (2000c) *Leyes informacionales*. Barcelona. Infonomia.com Noviembre, 26 Págs. 1998 *¿Economía de la información o sociedad de la informa-*

ción?. Barcelona. ESADE, Marzo, 21 Págs. (1998a) *La Infoestructura: un concepto esencial en la Sociedad de la información*. Barcelona. ESADE, 11 Págs. (1998b) *Tecnologías de la información. El retorno de la inversión depende de la inteligencia de las empresas*. Barcelona. ESADE, Octubre, 20 Págs. (1997) *La cultura de la información como institución previa a la sociedad de la información*. Barcelona. ESADE, 17 Págs. MUÑOZ CALERO, Joaquín (1999) "Sobre Gestión del Conocimiento. Un intangible clave de la globalización". En: *Economía Industrial*. España. N° 330. Pp. 61-70.

⁴ Está emergiendo un **sector de la información**, hoy disimulado dentro de la diversidad del sector servicios, pero con un entidad suficiente para convertirse en uno (quizás el mayor) de los grandes hipersectores de la economía (junto con el sector primario, el manufacturero, construcción y servicios). El sector de la información puede considerarse constituido por tres grandes segmentos: el de **contenidos**, o de creación de información (creación de propiedad intelectual); el de **distribución** de información (centros de acceso, y canales de distribución, como los operadores de telecomunicaciones); y, finalmente, el de **proceso** de información (la industria informática).

⁵ Tal como señalan algunas fuentes, no parece existir una concepción común sobre lo que podríamos entender por sociedad de la información. Desde sociedad de la información o **sociedad informacional a sociedad digital o sociedad interactiva**, hasta más recientemente, **economía digital**, lo cierto es que, todos estos términos son válidos para nombrar un nuevo escenario resultado de la convergencia de tecnologías y la eclosión de Internet, caracterizado por el uso intensivo de las tecnologías en la casi totalidad de los sectores económicos y sociales, que ha tenido como principal consecuencia "romper las reglas de la economía tradicional" -de ahí el término de nueva economía- haciendo posible desaparecer las limitaciones del tiempo y del espacio así como modificar radicalmente la cadena de valor a través de procesos de innovación permanentes. Para ahondar en el tema, recomendamos leer CASTELLS, Manuel (1998) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. La Sociedad Red. España, Alianza Editorial. 590 Págs. Del mismo autor (2001) "La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad". España, Plaza & Janés Editores, S.A. 317 Págs.

⁶ Sobre este aspecto, recomendamos leer el texto de PETRISSANS AGUILAR, Ricardo (2000) *El futuro y la sociedad tecnológica. La necesidad de una reflexión*. Montevideo, Uruguay. La Sociedad Digital. Serie Estudios. 134 Págs. La idea rectora es consignar una síntesis de la teoría o del grupo de teorías respectivas sobre la evolución al futuro de la Sociedad Tecnológica.

⁷ Ver, NEGROPONTE, Nicholas (1995) *Ser Digital (being digital)*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Atlántida. 2da. Edición. 247 Págs. Título Original: Being Digital, Editorial Atlántida, 1995. Trad. Dorotea Pläcking.

⁸ Ver, TAPSCOTT, Don (1997) *La Economía Digital*. Colombia. Ed. McGraw-Hill Interamericana, S.A. 322 Págs. Título Original: The Digital Economy, The McGraw-Hill Companies, Inc. USA, 1996. Trad. Magaly Bernal Osorio

⁹ CASTELLS, Manuel (1998) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. La Sociedad Red. España, Alianza Editorial. 590 Págs. Título original: The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume I: The Rise of the Network Society. Blackwell Publishers

- Inc., USA, 1996. Versión castellana de Carmen Marín Gimeno. (1998a) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 2. El Poder de la Identidad. España, Alianza Editorial. 495 págs. Título original: *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Volume II: *The Power of Identity*. Blackwell Publishers Inc., USA, 1997. Versión castellana de Carmen Marín Gimeno. (1998b) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 3. Fin de Milenio. España, Alianza Editorial. 446 págs. Título original: *The Information Age: Economy, Society and Culture*. Volume III: *End of Millennium*. Blackwell Publishers Inc., USA, 1998. Versión castellana de Carmen Marín Gimeno.
- 10 MASUDA, Yoneji (1994) *La sociedad informatizada como sociedad post-industrial*, TECNOS.
- 11 CASTELLS, Manuel (1998) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. La Sociedad Red. Op. cit.
- 12 GOBIERNO DE CANARIAS, CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA (2000) *Plan para el desarrollo de la Sociedad de la Información en Canarias*. España, Canarias, septiembre, p. 15.
- 13 CONSEJERÍA DE DESARROLLO AUTÓNOMICO Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS, GOBIERNO DE LA RIOJA (2000) *Plan Estratégico para la Sociedad del Conocimiento*. España, La Rioja, julio, p.5.
- 14 GOBIERNO VASCO: *Plan para el desarrollo de la Sociedad de la Información para el período 2000-2003*.
- 15 MISIÓN PARA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (1997) *Libro Verde sobre la Sociedad de la Información en Portugal*. Iniciativa Nacional para la Sociedad de la Información. Portugal, mayo. Pág. 9.
- 16 *Iniciativa para la Sociedad de la Información*, Reino Unido, 1998.
- 17 MINISTERIO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA (2000) *Sociedad de la Información en Brasil. Libro Verde*. Programa Sociedade da Informação (SocInfo) Brasil, Brasilia, septiembre Capítulo 1. Pág. 5.
- 18 COMISIÓN PRESIDENCIAL DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (1999) *Chile: Hacia la Sociedad de la Información*. Informe al Presidente de la República. Chile. Enero. pp. 21-22
- 19 Cursivas del autor.
- 20 No es fácil definir con precisión el término convergencia, aunque habitualmente suele expresarse como: **la capacidad de diferentes plataformas de red de transportar tipos de servicios esencialmente similares, o la aproximación de dispositivos de consumo tales como el teléfono, la televisión y el ordenador personal**. Sin embargo, pese al vigor de esta imagen, la convergencia entre los dispositivos de consumo es hoy día mucho menos real que la convergencia de las redes. Las pruebas de esta convergencia han venido acumulándose en los últimos años con el auge de Internet y la creciente capacidad de las redes actuales para transportar tanto servicios de telecomunicación como de radiodifusión. Este fenómeno de convergencia es relativamente nuevo y existen opiniones contrapuestas con respecto a sus repercusiones en la sociedad y en la actividad económica. Existe general coincidencia en que la evolución de la electrónica digital y del *software* está sentando las bases tecnológicas necesarias para plantearse de una manera distinta la prestación y el consumo de los servicios de información, pero el acuerdo es mucho menor en lo que se refiere en qué medida modificará esta evolución las prácticas actuales y en qué plazo puede esto ocurrir. Algunos entienden que **la convergencia desembocará en una transformación completa y rápida de los actuales servicios de telecomunicación, medios de comunicación y tecnología de la información, produciéndose la fusión de estos grupos de servicios**, hoy independientes, y desapareciendo las inequívocas distinciones que antes los separaban. Otros consideran que **las particularidades de los sectores actuales limitarán las posibilidades de convergencia de servicios** y que a la industria de los medios de comunicación le corresponde en nuestra sociedad una función de portadora de los valores sociales, culturales y éticos, con independencia de la tecnología utilizada para llegar al consumidor. Esto significa que las condiciones económicas y los contenidos de los servicios de información deben regularse por separado, para garantizar la eficiencia y la calidad. Piensan otros que, en todo caso, si la convergencia se produce será a lo largo de un periodo dilatado. Para mayor información, recomendamos leer: COMISIÓN EUROPEA (1997b) *Libro verde sobre la convergencia de los sectores de telecomunicaciones, medios de comunicación y tecnologías de la información y sobre sus consecuencias para la reglamentación. En la perspectiva de la sociedad de la información*". Bruselas. Comisión Europea. COM.1997. Versión 3. 3 de Diciembre. 52 Págs.
- 21 Una revisión de la literatura de innovación, muestra una variedad de ángulos desde donde este tema ha sido estudiado. Por mencionar algunos ejemplos: SCHUMPETER (1939) estudia el proceso como un todo; TUSHMAN (1977) analiza la innovación como un proceso de información; ROGERS (1983) se concentra en la difusión como parte del proceso de innovación; COOPER (1984) lo enfoca desde la perspectiva del éxito de las estrategias de la innovación de productos; VON HIPPEL (1988) subraya la importancia de los usuarios como fuentes de innovación; VAN DE VEN (1989) investiga la dirección de la innovación; PORTER (1990) relaciona la innovación con la competitividad; MUÑOZ-SECA (1992) vincula la innovación con el aprendizaje y la formación; y así hasta un largo etcétera. Para el propósito de este estudio, **innovar** es convertir ideas en productos, procesos o servicios nuevos o mejorados que el mercado valora. Se trata de un hecho fundamentalmente económico que incrementa la capacidad de creación de riqueza de la empresa y, además, tiene fuertes implicaciones sociales. El proceso mediante el cual se usa tecnología mejorada es conocido como **innovación tecnológica**. Es un proceso sociocultural (aprendido y transmitido socialmente) autónomo, que ha ocurrido por años y seguirá ocurriendo. Diferentes autores han hablado de la autonomía del proceso de innovación y sus características de independencia, autodirección y autocontrol. Las economías más poderosas de la actualidad son aquellas que han logrado fortalecer su **capacidad de innovación**, es decir, su **capacidad para generar conocimientos y llevarlos al mercado**. La intensa competencia por el mercado mundial obliga a los países a estar continuamente innovando con sus productos a fin de hacerse más competitivos: nuevas ideas para productos, tecnologías, procesos, etc. Como ejemplo, en los Estados Unidos de Norteamérica entran en promedio unos 1.000 productos nuevos cada vez, muchos de los cuales sustituyen productos aún antes de que se hayan difundido. Michael Porter, en su ya conocido libro: *La ventaja competitiva de las naciones* (1991) plantea que la mejora constante en busca de la innovación continua es uno de los nuevos factores que afectan a la competitividad de las naciones en el mercado mundial. Ya desde los años cuarenta, se reconoció la importancia de la innovación tecnológica para un crecimiento económico sostenido, gracias al aporte de Schumpeter. Para este economista, las innovaciones pueden ser vistas como nuevas combinaciones de los recursos productivos.
- 22 PORTER, Michael E. (1999) *"Ser competitivos. Nuevas aportaciones y conclusiones"*. España, Ediciones Deusto, S.A. P. 171. Título Original: *On competition*. Harvard Business Scholl Press. USA, 1999. Trad. Rafael Aparicio Aldazábal.
- 23 TAPSCOTT, Don y Art Caston (1995) *"Cambio de Paradigmas Empresariales"*. Colombia. Ed. McGraw-Hill Interamericana, S.A. Pp. 5-6. Negritas nuestras. Título Original: *The new promise of Information Technology*, McGraw-Hill, Inc. USA, 1993. Trad. Magaly Bernal Osorio y Leonardo Cano.
- 24 ESCAURIAZA, Marta Jacob; Joaquín TINTORÉ SUBIRANA y Xavier TORRES TORRES (2001) *"Innovación en Servicios"*. Madrid. Informe del proyecto: "Innovación en el sector turístico balear. Análisis prospectivo de tecnologías." Proyecto financiado por la Fundación CO-TEC para la Innovación Tecnológica. Noviembre, P.11.
- 25 El término "innovación" implica una cierta ambigüedad: en el habla corriente designa a la vez un proceso y su resultado. Según la definición que propone la OCDE en su "Manual de Frascati" se trata de la transformación de una idea en un producto o un servicio comercializable, un procedimiento de fabricación o distribución operativo, nuevo o mejorado, o un nuevo método de proporcionar un servicio social. Lo que se designa así es el **proceso**. Por el contrario, cuando con el término "innovación" se designa el producto, el equipo o el servicio nuevo o mejorado que se impone en el mercado, el énfasis se sitúa en el **resultado del proceso**. Esta ambigüedad puede crear confusión: cuando se habla de la difusión de la innovación se puede hacer referencia a la difusión del proceso, es decir, de los métodos y de las prácticas que permiten innovar, o a la difusión de los resultados, es decir a los nuevos productos. La diferencia es importante. En el primer sentido del término (**proceso de innovación**) la mención se limita a la forma en que la innovación se ha concebido y se produce, a las diferentes etapas que llevan a ello (creatividad, comercialización, investigación y desarrollo, concepción, producción y distribución) y a su articulación. En su segunda acepción (**la innovación resultado**) se hace referencia al producto, procedimiento o servicio nuevo. Se diferencia entonces entre **innovación radical o de ruptura** (con el lanzamiento de una nueva vacuna, del disco compacto) e **innovación progresiva**, la cual modifica, por medio de mejoras sucesivas, los productos, procedimientos y servicios (por ejemplo, la introducción de los microprocesadores de 32 bits sustituyendo a los de 16 bits en los equipos electrónicos o la de la bolsa inflable en los automóviles).
- 26 La innovación no es necesariamente sinónimo de una tecnología (alta), aunque esta intervenga cada vez más en los equipos, materiales, programas informáticos y métodos. Una gran parte de las innovaciones resulta de nuevas combinaciones de elementos ya conocidos o de nuevos usos, o bien, de la creatividad en la concepción de los productos. El "diseño" es uno de los componentes de la inversión intangible que puede constituir la diferencia, especialmente en los productos, de "gama alta" caros.

- 27 La **innovación incremental** se trata de pequeños cambios dirigidos a incrementar la funcionalidad y las prestaciones de la empresa que, si bien aisladamente son poco significativas, cuando se suceden continuamente de forma acumulativa pueden constituir una base permanente de progreso. Así, se observa cómo el crecimiento y el éxito experimentado por las empresas de automoción en los últimos tiempos responden, en gran parte, a programas a largo plazo caracterizados por una sistemática y continua mejora en el diseño de productos y procesos. La **innovación radical** implica una ruptura con lo ya establecido. Son innovaciones que crean nuevos productos o procesos que no pueden entenderse como una evolución natural de los ya existentes. Aunque no se distribuyen uniformemente en el tiempo como las innovaciones incrementales, sí surgen con cierta frecuencia. Se trata de situaciones en las que la utilización de un principio científico nuevo provoca la ruptura real con las tecnologías anteriores (un ejemplo puede ser la máquina de vapor o el microprocesador).
- 28 En los próximos años veremos consumarse la transición de una economía de capital a una **economía basada en el conocimiento**. Al respecto, Don Tapscott describe con gran acierto y precisión los doce (12) cambios globales de una economía digital, desencadenados por el creciente impacto de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, a saber: *conocimiento, digitalización, virtualización, molecularización, integración / interconexión en red, desintermediación, convergencia, innovación, proconsumidor, inmediatez, globalización y discordancia*. Sin embargo, al revisar los diferentes indicadores de los sectores que conforman las industrias culturales y comunicacionales así como las tecnologías de la información, no es difícil darse cuenta de las marcadas diferencias que existen entre Norte y Sur. Ver, TAPSCOTT, Don (2000) *La creación de valor en la economía digital*. Argentina. Ediciones Granisa S.A. 367 Págs. Título original: *Creating Value in the Network Economy*. Harvard Business Scholl Press. USA, 1999. Trad. Guillermo Masio; (1999) *La era de los negocios electrónicos* *Cómo generar utilidades en la economía digital*. Colombia. Ed. McGraw-Hill Interamericana, S.A. 412 Págs. Título Original: *Blueprint to the digital economy*. Alliance for Converging Technologies Corporation. USA, 1998. Trad. Cecilia Ávila de Barón; (1997) *La Economía Digital*. Colombia. Ed. McGraw-Hill Interamericana, S.A. 322 Págs. Título Original: *The Digital Economy*, The McGraw-Hill Companies, Inc. USA, 1996. Trad. Magaly Bernal Osorio; TAPSCOTT Don, David TICOLL y Alex LOWY (2001) *Capital Digital. El poder de las redes de negocios*. Madrid, España. Grupo Santillana de Ediciones. Colección taurusesdigital. 343 Págs. Título original: *Digital Capital, Harnessing the Power of Business Webs*. USA, 2001. Trad. María Córdor.
- 29 El término "Tecnologías de información" (TI) está relacionado con todos los aspectos del manejo, procesamiento y comunicación de información. Dentro de esta categoría se encuentran las nuevas tecnologías asociadas a Internet, el almacenamiento de datos, los sistemas de información, las comunicaciones, entre muchas otras. El nuevo entorno de trabajo y de comunicación que se han desarrollado en base a las tecnologías de información nos han cambiado la forma de pensar y ver el mundo. Términos tales como globalización, chat, email, internet, on-line, e-business, han cambiado nuestro vocabulario diario. En las organizaciones las TI han automatizado las tareas rutinarias, y nos han dejado espacio para realizar actividades más gratificantes y de mayor valor, tanto para las personas como para la organización. Por esto entender el rol de las TI dentro de las organizaciones, junto con el rol de ellas en la gestión del conocimiento es de vital importancia.
- 30 CASTELLS, Manuel (1998) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. La Sociedad Red. Op. cit., P. 93. Cursivas del autor.
- 31 Véase, AÏT-EL-HADJ, Smail (1990) *Gestión de la tecnología. La empresa ante la mutación tecnológica*. Barcelona, España. Ediciones Gestión 3000. 256 Págs. Título Original: *L' Entreprise face a la mutation technologique*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1989. Trad. Emil Herbolzheimer.
- 32 El factor "Innovación" se constituye como una muy importante fuente de riqueza y sustituye a la energía o a los materiales por el uso del conocimiento. Dado que el conocimiento se acumula exponencialmente, cada innovación crea la oportunidad de producir otras muchas, a bajo costo. Es muy barato crear y aplicar la mayoría de innovaciones digitales. De esta forma, la creatividad está desplazando al capital como principal fuente del crecimiento.
- 33 Se entiende por **industrias de contenidos digitales**, a todas aquellas actividades productivas relacionadas con la generación, proceso y distribución de contenidos en formato digital. Tipos de empresas que integran el sector de las industrias de contenidos digitales: Empresas editoriales (libros, publicaciones), Medios de comunicación (prensa, radio, TV), Empresas que ofrecen Servicios de Internet (conexión, hospedaje, desarrollo de webs, marketing, publicidad), Empresas de Servicios de información profesionales (brokers de información, productores de bases de datos), Empresas del sector informático (editores de software, desarrolladores de aplicaciones multimedia), Operadores de telecomunicaciones (fijas, móviles, cable, satélite).
- 34 Ver, COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (2002) *Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe*. Bávaro, Punta Cana, República Dominicana. Conferencia Ministerial Regional Preparatoria de América Latina y el Caribe para la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. 29 al 31 de enero de 2003. CEPAL. LC/G.2195(CONF.91/3). 24 de diciembre. P.3.
- 35 En 1990 el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) lanzó el primer informe sobre el desarrollo humano mundial, que desde entonces se publica anualmente (PNUD: 1990-1995). El equipo de investigadores de Naciones Unidas encargado de su elaboración fue desde entonces coordinado por Mahbub ul Haq, ex-ministro de Hacienda y Planeación de Pakistán y autor de diversos trabajos sobre satisfacción de las necesidades básicas en los países en desarrollo. El informe del PNUD proponía una nueva concepción del desarrollo, el denominado "**desarrollo humano**", un nuevo indicador para la medición del mismo, el "**Índice de desarrollo humano**" o IDH, y un análisis anual de diferentes problemas políticos económicas y sociales y su impacto en el desarrollo humano. Según el informe, el desarrollo humano es el "**proceso por el cual se ofrecen mayores oportunidades a las personas. Entre estas, las más importantes son una vida prolongada y saludable, el acceso a la educación y a los recursos necesarios para disfrutar de un nivel de vida decente. Otras oportunidades incluyen la libertad política, la garantía de los derechos humanos y el respeto a sí mismo**". Desde la perspectiva de las TIC como habilitadoras del desarrollo humano, del cierre de las brechas de equidad y del logro de las libertades constitutivas (INFORME VENEZUELA PNUD, 2002: p.14) en el *desarrollo informacional* se busca mejorar los índices de productividad y de globalización a través del desarrollo tecnológico y el crecimiento económico; en el *desarrollo humano*, se ven la tecnología y el crecimiento como medios para incrementar las libertades constitutivas de las personas en la búsqueda de un destino colectivo en libertad.
- 36 "El desarrollo humano es libertad, pues significa el ejercicio de 'capacidades' que valoramos, que queremos para cada uno de nosotros. Las capacidades son entendidas como libertades, es decir, como actividades o estados considerados valiosos por las personas.(...) Si llevamos esta idea al colectivo, el desarrollo se concibe como un proceso —con participación estatal, civil e individual— de apertura de oportunidades para todos, a partir de las cuales las personas alcanzan estados y actividades valiosos" (INFORME VENEZUELA PNUD, 2002: p.34).
- 37 ECHEVERRÍA, Javier (2001) *Indicadores Educativos y Sociedad de la Información*. Instituto de Filosofía, CSIC. Lisboa. En: <http://www.oei.es>
- 38 Véase ECHEVERRÍA, Javier (1999) *Los Señores del Aire, Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona, Destino. El primer entorno es el campo (physis), el segundo la ciudad (pólis) y el tercero el espacio electrónico. En E1 se desarrollan las sociedades agrarias, en E2 las urbanas e industriales y en E3 la **sociedad de la información**. Usa los términos 'espacio electrónico' y 'tercer entorno' como sinónimos.
- 39 ECHEVERRÍA, Javier (2001) *Indicadores Educativos y Sociedad de la Información*. Op. cit.
- 40 O «digital divide» como es denominada en la abundante literatura anglosajona.
- 41 Ha sido necesario desarrollar una perspectiva más amplia, comprensiva y multifactorial, para aprehender los niveles de desarrollo. Esta nueva perspectiva además de tener en cuenta el crecimiento económico, el ingreso per cápita y los niveles de distribución del ingreso, toma principalmente en consideración, las capacidades y potencialidades de la población y, las oportunidades y opciones que el medio les permite, ello dentro de un clima que propicia la participación de todos en la promoción y mejoramiento de su propio bienestar y calidad de vida.
- 42 GÓMEZ MALAVER, Jairo (2002) *Brecha Digital y conectividad en la comunidad andina*. Lima, Perú. ASETA. 28 de Junio, p.7.
- 43 Se trata de un enfoque alterno a los modelos economicistas, el enfoque del desarrollo humano que se centra en la gente y en la capacidad que tienen para orientar su vida, para desarrollarse y alcanzar la realización personal. Es central dentro de este enfoque, la atención al desarrollo de las potencialidades de las personas y a la igualdad en el acceso a los bienes y servicios esenciales así como los medios que faciliten su autorrealización.
- 44 Dentro de esta nueva visión del desarrollo se han detectado una serie de elementos, principalmente de índole cultural, que contribuyen en forma importante a la superación de la pobreza y al desarrollo sustentable en los países. Estos elementos constituyen lo que se ha denominado **capital social**. El concepto de capital social surge aproximadamente hace unos 10 años, siendo algunos de los investigadores responsables de su conceptualización, sociólogos y economistas que se orientaron a descubrir cuales otros factores, distintos a

los económicos, podrían estar interviniendo o estar asociados a las diferencias de desarrollo de regiones y países especialmente en aquellos casos en que no se observa relación directa, sino que a veces hasta inversa, entre los recursos disponibles en un país o región y el nivel de bienestar de su población. Entre estos investigadores y autores podemos mencionar a **James Coleman, Robert Putnam, Kenneth Newton, Stephan Bass, Amartya Sen y Bernardo Kliksberg**. Estos autores enfatizan diversos aspectos del Capital Social y mayoritariamente coinciden en 1) el importante papel que juegan en el ámbito societal e institucional, los niveles de confianza entre los actores en una sociedad, 2) la existencia y la práctica, por parte de esa población, de normas cívicas, 3) el nivel de asociatividad que incide directamente en el fortalecimiento del tejido social y por último, y muy importante 4) la presencia en la cultura de valores tales como respeto a la dignidad del otro, justicia, solidaridad y tolerancia para facilitar la convivencia. En términos generales puede afirmarse que el capital social lo constituyen valores, actitudes y patrones conductuales compartidos por una población, lo cual asegura la cohesión social, facilita la interrelación y cooperación de los hombres entre sí y con las instituciones que conforman la sociedad. Se trata de actitudes que contribuyen a que las personas trasciendan las relaciones conflictivas y competitivas para lograr una cooperación y ayuda mutua, donde los esfuerzos se unan para lograr fines compartidos. El capital social existe en diferentes tipos de relaciones (vínculo, nexo y puente). Las redes pueden ser usadas para describir las diferentes configuraciones de relaciones donde el capital social reside. Por supuesto, la fuerza de las relaciones varía y no todas las redes están conectadas por capital social. La mayoría de las redes conectadas por capital social son mantenidas a través de contactos personales y aprendizaje experimental. Algunas veces redes impersonales de capital social pueden ser mantenidas por valores de arraigo compartidos. Cada estructura diferente de redes tiene implicaciones para la eficiencia económica y la formación del capital social. Las siguientes son algunas implicaciones de las redes dentro del paradigma del capital social. 1. Aquellos que actúan en redes ricas en capital social son más probables de actuar en beneficio de los intereses de las personas miembros de la red que de aquellas que están fuera de la red. 2. Cuando el capital social se incrementa dentro de la red, la productividad se incrementará y las diferencias de ingreso decrecerán entre los miembros de la red, aunque las diferencias en productividad e ingreso entre los miembros de la red y los que no son miembros se incrementarán.

⁴⁵ Ver, CHAPARRO, FERNANDO (2001) *Conocimiento, aprendizaje y capital social como motor del desarrollo*. Ci. Inf., Brasilia, v. 30, n. 1, jan./abr., p. 22.

⁴⁶ En efecto, gracias a este factor tecnológico, actualmente se está produciendo un progresivo solapamiento de actividades entre sectores que tradicionalmente se dedicaban a la generación, proceso y distribución de diferentes tipos de informaciones y, por consiguiente, a negocios completamente diferenciados. Hoy esta situación está cambiando rápidamente, sobre todo a raíz de la difusión de las aplicaciones multimedia, por lo que la incursión de unas empresas en el terreno propio de otras se percibe como una tendencia imparable que no ha hecho más que empezar. Este hecho está dando lugar a frecuentes operaciones de alianzas, compras o fusiones entre empresas pertenecientes al macrosector de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

⁴⁷ "El grado de preparación de Venezuela para la economía en red es todavía incipiente. A partir de 1997 comienzan a desarrollarse las iniciativas relacionadas con el comercio electrónico y sólo a partir de 1999, podemos decir que se ha dado inicio al proceso de desarrollo de la economía en red, sin haber logrado este proceso un estado avanzado. Durante 1999 y lo transcurrido del año 2000, se ha presentado un gran espíritu emprendedor que ha conducido al desarrollo de un número interesante de negocios punto com (al menos 240 empresas en segmentos muy variados), que movilizaron 229 MMUS\$ en 1999, entre transacciones B2C (16MMUS\$) y B2B (213MMUS\$), de acuerdo a Forrester Research" (LARA, Lorenzo; Lino CLEMENTE y Claudia SERRANO. 2000: p.37).

⁴⁸ Véase, VILASECA, Jordi; Joan TORRET y Ángel Díaz (2002) "*La economía del conocimiento: paradigma tecnológico y cambio estructural. Un análisis empírico e internacional para la economía española*". España. UOC. Documento de Trabajo. 82 Págs.

⁴⁹ "Se ha llamado infoestructura al conjunto de dispositivos de computación, almacenamiento, telecomunicación e interfaz (hardware), junto con el universo de programas básicos y de aplicación (software), y los registros de contenidos en las distintas áreas de aplicación. Esta infoestructura es tangible, visible, y la que usualmente se comercializa, por lo cual existe la falsa creencia que ella es suficiente para la solución de los problemas del desarrollo humano (...) pero es la cultura con sus valores, sus principios, sus actitudes, la que da sentido y utilidad a esa infoestructura" (INFORME VENEZUELA PNUD, 2002: p.47).

⁵⁰ "Se le ha dado el nombre de infocultura a aquella parte de la cultura orientada a comprender y usar de la mejor manera la infoestructura para resolver los distintos problemas que se presentan en el devenir de la sociedad. Es innegable el efecto que tiene la infoestructura sobre la cultura, y es sobre la base de este efecto que se fundamenta la importancia de las TIC en el desarrollo humano. Es de hacer notar que la cultura a su vez deja su huella en la infoestructura" (INFORME VENEZUELA PNUD, 2002: p.47).

⁵¹ En general la pobreza se define como carencias de recursos materiales para tener condiciones de vida que la sociedad considera básicas (BANCO MUNDIAL, CEPAL, citados por Romero; 2002: 101), otros autores, van más allá e incorporan carencias de capacidades (Sen:2000) que son, a nuestro juicio políticas que dificultan la satisfacción de las necesidades materiales. En palabras de Haydée Ochoa Henríquez, se concibe la pobreza (2003: 2-3) "como la dificultad de los seres humanos para atender las necesidades que le brindan bienestar material y espiritual para tener una vida digna, en su medio, las principales necesidades son: alimentación, salud, vivienda, educación, transporte, seguridad social, participación, información y trabajo, algunas de estas son un medio para satisfacer necesidades materiales, pero también son a nuestro juicio una necesidad espiritual, es el caso de la participación, la información, el trabajo y la educación".

⁵² Empoderamiento es la expansión de bienes y capacidades de los pobres para participar en, negociar con, influir sobre, controlar y hacer responsables a las instituciones que afectan su vida. Puesto que la pobreza es multidimensional, los pobres necesitan una serie de bienes y capacidades a nivel individual (tales como salud, educación y vivienda) y a nivel colectivo (como la habilidad de organizarse y movilizarse para emprender acciones colectivas para resolver sus pro-

blemas). **Empoderar** a hombres y mujeres pobres implica la remoción de barreras institucionales formales e informales que les impiden emprender acciones para aumentar su bienestar –individual o colectivamente– y que limitan sus posibilidades de elección. Las instituciones formales claves incluyen el Estado, los mercados, la sociedad civil y agencias internacionales; entre las instituciones informales se cuentan normas de exclusión social, relaciones explotadoras y corrupción. **Los cuatro elementos claves de empoderamiento son: acceso a la información, inclusión y participación, responsabilidad o rendición de cuentas y capacidad organizacional local.**

⁵³ En Venezuela "se estima que el crecimiento anual de suscriptores de Internet de 1999 al 2001 fue de 300%, dada la disminución de las tarifas de acceso y la diversificación de los medios de acceso. Se espera que alcance los 3,8 millones en 2005, siendo la proyección de crecimiento de Internet más elevada de Latinoamérica (1167%)". (MINISTERIO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE VENEZUELA. 2001b: p. 17).

⁵⁴ Internet es, esencialmente, un fenómeno de alta concentración en asentamientos urbanos.

⁵⁵ El país pasó de ocupar la posición número 44 en agosto de 2000 a la número 37 en julio de 2001 del **Índice Mundial de la Sociedad de Información**, con todo, "(...) La situación de las escuelas públicas de educación pre-escolar, básica y media, en el proceso de incorporación de las TIC, es precaria. De todas las instituciones educativas de nivel pre-escolar, básico y primaria sólo el 28,46% tienen teléfono, y están concentrados en las instituciones privadas en un 80,69%. En cuanto a la dotación de PC en las escuelas públicas, se registra en 1998-1999 que la base instalada de PC es de 325 equipos, para las 18.125 escuelas activas, lo que no representa ni siquiera un 2% (un PC por cada 13 mil estudiantes). El sector privado tiene una situación más favorable con una base instalada en 1999 de 3.210 PC, en los colegios que indican que un PC por cada 328 estudiantes inscritos. Existe un desbalance enorme entre la educación superior y el resto del sector educativo, en el sector de educación superior el uso y enseñanza de las TIC está concentrado en las principales universidades (a lo sumo 5 de los 133 institutos) y escuelas de postgrado" (LORENZO, Lara; Lino CLEMENTE y Claudia SERRANO. 2000: p.i).

⁵⁶ La Sociedad de la Información es la principal creadora de empleo en la UE. Actualmente da ya trabajo a más de 4 millones de personas. Entre 1995 y 1997 se crearon 300.000 nuevos puestos de trabajo relacionados con la SI ("*Oportunidades de empleo en la Sociedad de la información*"). Explotar el potencial de la revolución de la información. Informe dirigido al Consejo Europeo. COM.1998. 590 final-Es.). Así pues, uno de cada cuatro nuevos puestos de trabajo netos es resultado de la SI y la demanda en la misma supera con mucho la oferta (se calcula que actualmente hay 500.000 puestos de trabajo no cubiertos solamente en el ámbito de los profesionales informáticos). El empleo generado por las actividades protegidas por el derecho de autor es relevante en todos los países del MERCOSUR, variando entre el 5% y 3%. En Argentina, en el año 1993, aproximadamente medio millón de personas estaba empleado en alguna actividad directa o indirectamente vinculada al derecho de autor. En Brasil ese número era superior a 1,3 millones en 1998. En Chile, en ese mismo año, el sector absorbía 150 mil personas y en Uruguay al menos 60 mil en 1997.



Galería de Papel. Fotografía: Ramón Lepage.

Resumen

Gustavo Hernández analiza en este estudio dos temas centrales de la educación en comunicación de Joan Ferrés. Por una parte, los mitos de la sociedad occidental que giran en torno a la libertad, la racionalidad, la conciencia, la percepción objetiva y la audiencia pasiva; y por la otra, los modelos de socialización de la cultura mediática, sus estrategias de seducción y sus principales conflictos, aspectos que provocan que el telespectador se identifique con los relatos por cuanto se asemejan a las propias dualidades del psiquismo humano.



Galería de Papel. Fotografía: Gregorio Marrero.

Mitos y estrategias socializantes de la cultura mediática

Abstract

Gustavo Hernandez analyzes in this study two central themes of education of communication as set out by Joan Ferrés. On the one hand, the myths of Western society that revolve around freedom, rationality, consciousness, objective perception, and the passive audience. On the other hand, the author evaluates the socialization models of the media culture, its strategies for seduction and its principal conflicts. These aspects induce the TV viewer to identify with narratives in as much as they are similar to the proper dualities of the human psyche.

■ Gustavo Hernández Díaz

Educación en una sociedad que lo convierte todo en espectáculo, según Joan Ferrés¹, implica tomar distancia con respecto a nuestras emociones a fin de encontrar lucidez en la comprensión de uno mismo. Esa lucidez se alcanza cuando somos capaces de profundizar y de examinar nuestras convicciones morales y psicológicas, por muy aceptadas o erróneas que sean.

La necesidad de autocomprensión de los seres humanos fue una de las vitales preocupaciones filosóficas de la antigua Grecia. “*Conócete a ti mismo*” era la inscripción escrita sobre el templo de Delfos, convertida en lema del famoso oráculo. Es uno de los principios básicos de la sabiduría y, al mismo tiempo, uno de los empeños más difíciles, porque la persona prefiere a menudo vivir en el engaño que bucear en las contradicciones y en las limitaciones de la psique².

Educación en una civilización del espectáculo, donde las imágenes han pasado a ser más importantes que las ideas, también nos lleva a analizar los mitos (o falsas creencias) que giran en torno a la *libertad*, la *racionalidad*, la *conciencia*, la *percepción objetiva* y la *audiencia pasiva*.

El mito de la *libertad humana* se afianza en la premisa de que el hombre tiene la posibilidad física de hacer lo que se le antoje, siempre y cuando no cause daño a

La escuela tiene la obligación de ayudar a las nuevas generaciones de alumnos a interpretar los símbolos de la cultura. ¿Qué símbolos ayuda a interpretar hoy la escuela? ¿Los de qué cultura? Si educar exige preparar a los ciudadanos para integrarse de una manera reflexiva y crítica en la sociedad, ¿cómo se integrarán unos ciudadanos que no están preparados para realizar de manera crítica aquella actividad a la que más horas dedican?

JOAN FERRÉS

sus semejantes. Este concepto elemental de la libertad no repara en el hecho de que las personas se engañan al creerse libres sólo porque no existen impedimentos externos para la ejecución de sus más íntimos deseos.

La libertad no se define sólo por la ausencia de coacción física, sino que se complementa cuando el hombre es capaz de adoptar y defender racionalmente sus creencias y comportamientos de manera autónoma, independiente. "No puede hablarse de libertad cuando se le permite a uno hacer lo que desea pero se le lleva a desear lo que interesa que desee. En esto consiste, en buena medida, la coacción psicológica que ejerce la televisión: en incidir sobre la voluntad mediante la modificación o la canalización interesada de las emociones, de los sentimientos, de los deseos, de los temores"³. De este modo, la libertad se evapora si nos dejamos gobernar por nuestros deseos. No es libre el hombre que dominado por su conducta primaria, irracional y emocionalmente impulsiva confunde libertad con libertinaje, forma abusiva de actuar en la vida transgrediendo los derechos y las convicciones morales de las personas.

En este sentido, la libertad humana no puede restringirse a la llamada libertad de espontaneidad o de libertad física, que muchas veces se consolida a través del *pensamiento primario* o asociativo. Ésta debe ir acompañada de la libertad interna, de la libertad de elección, de la libertad de principios morales y espirituales, de la libertad fundada en la razón o en el *pensamiento secundario*, que renuncia al narcisismo y que considera que el mal, la codicia, el odio y los engaños obliteran todo tipo de desarrollo moral e intelectual.

El *pensamiento primario*: "es tosco y primitivo, no es lógico, no existe negación ni contradicción; coexisten simultáneamente pensamientos e impulsos opuestos; no se da el concepto de tiempo lineal; no hay moralidad, no hay beneficio de la experiencia; no hay dudas; fantasía y realidad no se distinguen, emplea la representación por imágenes, es el pensamiento que asociamos con las psicosis y los sueños, estados que representan regresiones al pensamiento infantil, propio del ello"⁴.

Mientras que el *pensamiento secundario*⁵, es racional, construye el sentido a través de la argumentación, se expresa fundamentalmente mediante el lenguaje verbal, es consciente por cuanto procesa y organiza el conocimiento con miras a ser comunicado. Básicamente utiliza el razonamiento deductivo o inductivo para ex-

“

La libertad humana no puede restringirse a la llamada libertad de espontaneidad o de libertad física, que muchas veces se consolida a través del pensamiento primario o asociativo. Ésta debe ir acompañada de la libertad interna, de la libertad de elección, de la libertad de principios morales y espirituales

”

plicitar los puntos de vista de la realidad. Así pues, este tipo de pensamiento demanda una actitud de reflexión, de análisis, de comprensión, de autocrítica, de refutación, el cual se opone a cualquier tipo de expresión incoherente y fragmentada de la realidad.

Por otra parte, la educación debe fomentar la libertad de pensamiento. La misma etimología del verbo educar, *E-ducere*, alberga varios significados que aluden a la libertad de expresión. Así pues, *E-ducere* es sacar hacia fuera, expresar abiertamente lo que uno piensa, extraer lo que subyace de manera potencial en la memoria y en el inconsciente. *E-ducere* es incentivar el desarrollo del pensamiento secundario o racional, tomando como punto de partida las emociones, los sentimientos, las ideas que antes permanecían latentes en nuestra mente.

El objetivo terminal de la pedagogía de la libertad radica en hacernos conscientes de la realidad en que vivimos así como de la realidad cotidiana de nuestros semejantes. Fernando Savater⁶ opina que educar significa participar activamente en el pensamiento de los educandos para de esta manera enseñar a pensar y aprender a pensar sobre lo que se piensa. No es lo mismo acopiar conceptos y memorizarlos en forma automática que comprenderlos y razonarlos. Comprender significa también la capacidad de transformar los conceptos para crear otros nuevos.

La pedagogía de la televisión de Joan Ferrés se inspira en la etimología *E-ducere*, lo cual significa que se sustenta en disertaciones profundas que niegan cualquier modalidad de adoctrinamiento, por más inocua que sea. Estimular la autocrítica es la vía más expedita e idónea para revisar los pensamientos primarios y las conductas inconscientes.

Otro de los mitos que propaga la industria del espectáculo televisivo es el de la *racionalidad humana*. Aun cuando el hombre tiene la capacidad de razonar sobre su mundo interno y externo, con bastante frecuencia lo hace movido por impulsos inconscientes. Estos impulsos emocionales plantean: ¿Por qué preferimos un programa de televisión y no otro? ¿Por qué nos seduce un *spot* publicitario? ¿Por qué algunos programas televisivos nos producen gratificaciones emocionales y otros nos provocan una reacción negativa instantánea?

La Educación en Televisión intenta contestar a estas preguntas determinando las motivaciones ocultas que subyacen en la experiencia de ser audiencia de la televisión. Sólo de esta forma, estaremos ante la presencia de educandos más advertidos y conscientes. Atentos ante cualquier tipo de comunicación persuasiva con fines comerciales y políticos.

Con respecto a la comunicación persuasiva, es necesario establecer la diferencia entre *razón* y *racionalización*. Razonar implica ser capaces de ponderar nuestros pensamientos, sentimientos y emociones. Es examinar los valores que inciden en nuestra manera de percibir el mundo y de conducirnos ante él. Razonar es encarar las consecuencias de nuestros actos, lo cual significa asumir y admitir responsablemente nuestros desaciertos cuando así la realidad lo demande.

En cambio, *racionalizar* las emociones no es otra cosa que justificar ideas irracionales, basadas en pensamientos primarios, elementales y mágicos. Racionalizamos para ocultar o encubrir las verdaderas razones de nuestros actos, angustias y frustraciones. Racionalizamos para defender lo indefendible. En esta situación el psiquismo humano irracional se vale de sus impulsos emocionales (ira, odio, resentimiento, cólera) para exigirle a la razón que se doblegue y que se ponga a su servicio.

La racionalización nos lleva a pensar: "que las convicciones y las decisiones humanas, desde las creencias religiosas hasta las decisiones de compra de un producto o la emisión del voto en unas elecciones

nes políticas, están siempre basadas en la racionalidad, en la lógica, olvidando que el *imput* psíquico incluye también sensaciones, sentimientos, emociones. La persona actúa mucho menos de lo que cree movida por sus convicciones y mucho más de lo que piensa movida por sus sentimientos, sus deseos, sus temores”⁷.

Sigmund Freud⁸ nos enseña que la salud psicológica del ser humano se logra cuando podemos distinguir entre la razón y la racionalización y entre los pensamientos primarios y los pensamientos secundarios. Esta premisa es de capital importancia cuando se estudian los efectos de la televisión, ya que su influencia intencional o no, consciente o inconsciente, se despliega en la dimensión emocional del ser humano.

Nos dice Ferrés que: “Es desde la emotividad como la televisión condiciona la libertad humana. Es desde la emotividad como puede burlar la racionalidad”⁹. La educación televisiva no estriba entonces en negar o en censurar las emociones sino en aprovecharlas para extraer de ellas un conocimiento profundo y consciente de la vida anímica y social.

Por otra parte, hay que lograr el justo equilibrio entre el *principio del placer* y el *principio de la realidad*. El primero resuelve la tensión anímica o emocional a través de la satisfacción de nuestras pulsiones inmediatas (hambre y sexualidad), mientras que el segundo se alcanza adaptándose a las condiciones provenientes del mundo exterior. El principio de la realidad es una especie de mecanismo psíquico cuya función consiste en adaptar al hombre a su cotidianidad y al orden moral establecido.

Afirma Lawrence A Pervin, desde la teoría del inconsciente de Freud, que: “El hombre funciona de acuerdo con el principio del placer, buscando la gratificación inmediata de todos sus deseos. Sin embargo, este modo de funcionar está en contradicción con las exigencias de la sociedad y del mundo externo. La energía, que tendría que ser desahogada en esta búsqueda de placer y de la gratificación, tiene que ser restringida, inhibida y canalizada de forma que se ajuste a las metas de la sociedad”¹⁰.

De modo que el principio de la realidad renuncia a aquella parte del placer que está dentro de los límites consentidos por la moral, creando en muchas ocasiones profundos disturbios psíquicos. Esto se debe a que el individuo se niega a renunciar a la evasión seductora que le produce el mismo placer, llevándolo inevitablemente a no encarar los problemas que le depara su realidad psicológica y social.

“

La persona actúa mucho menos de lo que cree movida por sus convicciones y mucho más de lo que piensa movida por sus sentimientos, sus deseos, sus temores.

”

Así pues, el hombre se encuentra fuertemente mediado por el conflicto que se genera entre el placer y su limitación, entre la emocionalidad desbordada y sus convicciones sustentadas en valores y principios racionales.

Existen elocuentes evidencias que demuestran lo capaces que somos de justificar nuestro principio del placer o nuestras ideas irracionales, mediante la racionalización de nuestras conductas. En los Estados Unidos se ha comprobado que los miembros de los jurados en los juicios creen actuar bajo el rigor de la razón y de la lógica, pero muchas veces están sometidos a las influencias emotivas de las cuales no son conscientes. Muchas de las decisiones están gobernadas por las emociones más de lo que se puede uno imaginar. La condición social, el sexo, el atractivo físico e inclusive la raza del acusado suelen determinar la dureza de las sentencias. En ese país: “Los hombres tienen cinco veces más posibilidades de ser declarados culpables del asesinato de su pareja que las mujeres. En robos de cuantía las mujeres tienden a recibir sentencias significativamente menores que los hombres”¹¹.

Este ejemplo constata que la razón es susceptible de la influencia de las emociones. Los impulsos emocionales sabotean en muchas ocasiones las decisiones humanas por cuanto recurren a argumentos racionalizados (mas no razonados) que operan como mecanismos de defensa, ya sea para alimentar el autoengaño o por temor a no quedar desplazado o aislado por el grupo social que, de manera inconsciente, defiende a ultranza la aparente coherencia

de sus argumentaciones y de sus comportamientos. Digámoslo de esta forma: a través de la racionalización la persona esgrime una serie de falsas razones que siempre encubren los genuinos motivos de su actuación o de su forma de pensar.

Ferrés establece otra clara distinción entre el principio del placer y el principio de la realidad tomando como ejemplo el pacto comunicacional que se establece entre la televisión y la lectura. Indica, pues, que: “la experiencia televisiva tiende a incrementar el sentido de la impaciencia. La letra impresa obliga a ejercitarse en la postergación del placer, en la satisfacción retardada y, por tanto, en la paciencia; sólo después de realizar las complejas operaciones del análisis lógico y gramatical se comprende el sentido, y sólo entonces puede producirse el placer”¹². La gratificación que produce el texto escrito proviene de los conceptos y de las teorías, mientras que la televisión ofrece una satisfacción emocional instantánea a través de las imágenes.

El tercer mito en la autocomprensión es el de la *conciencia*. Aun cuando vivimos en una cultura occidental que ha sido definida tradicionalmente como discursiva, racional, lógica, la gran mayoría de las veces, los contenidos televisivos ponen en cuestión esta premisa, por cuanto inciden notablemente en nuestras emociones, creencias y comportamientos conscientes. Este mito de la conciencia se explica a través de las tres instancias fundamentales de la teoría de la personalidad de Freud: el *inconsciente*, el *consciente* y el *preconsciente*.

El *inconsciente* concierne a todos aquellos deseos, emociones y pulsiones de hambre y amor, que están muy enlazados al hecho biológico de la autoconservación del individuo y de la especie, respectivamente. Los genuinos orígenes de los deseos y pulsiones muchas veces no están al alcance del pensamiento consciente ya que se tienden a reprimir y a olvidar. Sólo cuando ponemos en evidencia aquellos deseos y pulsiones que alteran nuestra vida anímica, es que podemos decir que ha comenzado la recuperación psicológica del individuo, por cuanto los contenidos reprimidos han sido determinados para ser analizados profundamente.

El *consciente* refiere a aquellas representaciones que se hallan presentes en nuestra conciencia y que es objeto de nuestra autopercepción. La mente consciente implica atención, es saber lo que está pasando, es percatarse de sí mismo, de lo que se piensa, percibe y hace.

Y el *preconsciente* se asocia a todos

aquellos contenidos mentales de carácter emocional, sentimental e intelectual que son susceptibles de arribar a la conciencia en cualquier momento de nuestra vida. O dicho de otro modo, son aquellos contenidos psíquicos que no están en un momento determinado en nuestra conciencia, pero que pueden estarlo porque no se tiene un control global sobre ellos.

El proceso psíquico que se desarrolla en el preconscious reúne los siguientes rasgos: a) se manifiesta a través de representaciones verbales, mientras que la representación *inconsciente* permanece latente y oculta; b) se halla separado del inconsciente por la censura, la cual impide que los contenidos inconscientes se hagan conscientes; d) designa lo que yace implícitamente en la totalidad de los contenidos mentales, que son susceptibles de hacerse conscientes y que se pueden evocar de manera racional y organizada.

A mi modo de ver, no cabe la menor duda de que la Educación en Televisión tiene que considerar como objeto de estudio el *preconscious*, porque es allí donde residen los contenidos intelectuales, estéticos, morales y religiosos así como los hábitos motores, de destreza y profesionales. Sin embargo, suele ocurrir que el educando no sabe definir e identificar el acervo cultural que reside en su preconscious y, en este sentido, se le dificulta reflexionar y conceptualizar sobre un problema en particular. De esta manera cuando trata de discernir algún tema lo hace de manera desorganizada o repite, en forma mecánica, las ideas.

Por esta razón estoy convencido que hay que aprender a utilizar el preconscious, la memoria, los recuerdos, mediante el aprendizaje significativo. Como es bien sabido, la psicología educativa sostiene que para que las nuevas adquisiciones (conceptos y proposiciones) tengan sentido es necesario que se establezcan relaciones con los conocimientos previos, siguiendo una lógica de organización y sistematización que sólo se alcanza a través del pensamiento racional. Es necesario, entonces, *motivar* al educando para que manifieste una disposición favorable ante el aprendizaje propuesto y para que aprenda a utilizar los contenidos que se hallan en su memoria, de la manera más eficazmente posible. La experiencia educativa tendrá sentido en tanto se puedan utilizar los conocimientos que se ha aprendido, en cualquier circunstancia de la vida. Por ejemplo, el educando aprenderá de manera significativa los conceptos o proposiciones de la Educación en Televisión, por-

“

El concepto de catarsis también es aplicable a los relatos televisivos porque su componente audiovisual, dramático y narrativo privilegia las motivaciones de carácter emotivo que llevan a una persona a preferir o rechazar un programa determinado. Para Ferrés: “el telespectador vive los relatos como articulación metafórica de sus más íntimos conflictos”

”

que relaciona los conocimientos que ha adquirido en su vida con aquellos que ha aprendido en el sistema escolar formal.

En la Educación en Televisión, la categoría *inconsciente* nos dice que el espectador no es capaz de percibir las representaciones latentes de la televisión porque se ha dejado dominar por el pensamiento primario, ilógico y contradictorio que gobierna en su inconsciente. Este tipo de pensamiento conspira contra todo tipo de racionalidad que permita hacer visible los mecanismos de la televisión subliminal.

La disciplina psicológica señala que: “En un sentido estricto se consideran subliminales todos aquellos estímulos que no son percibidos de manera consciente porque están por debajo del umbral sensorial mínimo o por encima del umbral sensorial máximo. Estrictamente hablando, el concepto de subliminal haría referencia, por tanto, a umbrales sensoriales”¹³.

Para Ferrés, el término subliminal no se refiere al significado estricto que le confiere la psicología, sino que lo entiende en un sentido más amplio, a partir de los aportes de la educación en comunicación. Así pues, son subliminales aquellas construcciones o representaciones ideológicas inherentes a los mensajes televisivos que, de alguna u otra forma, no se perciben de manera consciente a causa de una serie de factores que se enuncian a continuación:

- A) Las estrategias de persuasión han sido camuflados por el emisor.
- B) Los mensajes se aprecian desde una actitud de gran excitación emotiva.
- C) Se desconoce el lenguaje de la televisión y sus posibles influencias.
- D) Se produce una saturación de informaciones que obliteran el procesamiento organizado y racional de ellas.
- E) Las comunicaciones son indirectas e inadvertidas.

Otro concepto que propone Ferrés para estudiar el mito de la racionalidad humana es el de *catarsis*. Antes nos recuerda este autor, de manera muy concisa, que Platón consideraba la catarsis como una manera de purificar el alma mediante el lenguaje. Por su parte, Aristóteles se refería a este concepto para indicar el efecto liberador que la tragedia griega producía en los espectadores. Freud utilizaba la catarsis como método terapéutico en el psicoanálisis para traer a la luz de la conciencia los recuerdos que hemos olvidado de nuestra vida infantil. En tanto que el paciente analice de manera profunda, libre y abierta sus neurosis, o aquellas emociones perturbadoras, será capaz de darle pronta solución a los problemas existenciales que le aquejan. Poner la crisis neurótica al descubierto traza el camino para la liberación psicológica del individuo.

El concepto de catarsis también es aplicable a los relatos televisivos porque su componente audiovisual, dramático y narrativo privilegia las motivaciones de carácter emotivo que llevan a una persona a preferir o rechazar un programa determinado. Para Ferrés: “el telespectador vive los relatos como articulación metafórica de sus más íntimos conflictos. El suspense permite al espectador del espectador activar los mecanismos de implicación emotiva. De este modo va elaborando progresivamente sus conflictos y se va liberando de ellos”¹⁴.

De esta cita se infiere que existe un paralelismo entre el tratamiento psicoanalítico con fines terapéuticos y el análisis de las emociones que manifiesta la audiencia de la televisión. Si en el psicoanálisis, el paciente neurótico expresa abiertamente sus experiencias o emociones que le perturban a través de la *catarsis*, en lo que atañe a la al espectador de televisión, éste también experimenta una situación análoga debido a que comenta sus vivencias, sus emociones y puntos de vista de algún personaje o situación dramática, sin ningún tipo de restricción emocional.

En fin, la catarsis que provoca la expe-

riencia televisiva puede entenderse como: “una purga, una purificación psíquica gracias a la evacuación de sentimientos negativos, de emociones perturbadoras. Es como una higiene tendente a recuperar la energía psíquica perdida”¹⁵. El espectador en el espectáculo televisivo expulsa sus fantasmas, sus miedos, sus angustias o recuerdos que perturban su equilibrio psíquico. Así pues, ver televisión es una experiencia catártica, terapéutica, personal, e íntima.

En mi opinión, la Educación en Televisión, obviamente, no trata a los educandos como pacientes sino como espectadores que tienen muchas cosas que expresar libremente acerca de su experiencia de ver televisión. La pedagogía de la televisión debería aprovechar y adaptar el concepto de catarsis freudiano para sus fines educativos. En otras palabras, la catarsis en el aula de clases pretende que el educando traiga a la luz de la conciencia, aunque sea en términos muy generales y nada definitivos, las motivaciones y los pensamientos primarios que se producen cuando interactúan con el universo simbólico de la televisión. Así pues, el material psicosocial que se desprende de la catarsis escolar o de la libre expresión de los educandos en materia de televisión, es de magna utilidad por cuanto permite al docente redefinir sus estrategias de enseñanza, plantear nuevos problemas y conceptos que no había previsto, y elaborar una teoría que se sustenta en la realidad del espectador.

El conocimiento que deriva de la experiencia de ver televisión, no cabe duda de que enriquece notablemente el desarrollo teórico-metodológico de la Educación en Televisión. No hay aprendizaje sin que exista una necesidad personal genuina de satisfacer la necesidad de comprender intelectual y espiritualmente el mundo en que vivimos. No hay aprendizaje sin que agrade al educando. En fin, los conceptos y premisas se aprenden y se interiorizan en la medida en que se ajusten a los conocimientos previos. La interacción con la televisión será más consciente siempre y cuando podamos aprender de la catarsis o de la desinhibición de nuestras emociones.

La teoría de la personalidad de Freud ha puesto en evidencia que el hombre no es absolutamente consciente de sus actos, que es una falacia considerar que el espectador está totalmente advertido de los mecanismos de persuasión de la televisión.

Sobre este aspecto Ferrés afirma que: “La persona vive en la ingenua convicción de que controla conscientemente sus decisiones y creencias. La conciencia es una

66

La pedagogía de la televisión debería aprovechar y adaptar el concepto de catarsis freudiano para sus fines educativos. En otras palabras, la catarsis en el aula de clases pretende que el educando traiga a la luz de la conciencia, aunque sea en términos muy generales y nada definitivos, las motivaciones y los pensamientos primarios

99

de las más sublimes capacidades humanas, pero en realidad la persona, con mayor frecuencia de lo que piensa, actúa movida por estímulos o impulsos inconscientes”¹⁶. De modo que el estudio de los rasgos esenciales de la psicología del inconsciente, del preconscious y del consciente así como los pensamientos primarios y los secundarios que se desarrollan en la mente, sin lugar a dudas nos proveen de los conocimientos imprescindibles para examinar de manera racional los contenidos emocionales que se producen cuando interactuamos con los relatos televisivos.

El cuarto mito en la autocomprensión es el de *la percepción objetiva*. Este mito se afianza en la premisa de que la comprensión o el conocimiento de la realidad es como si fuese un registro fotográfico de ella. No obstante, es imposible interpretar fidedignamente la realidad porque la percepción depende en gran medida de la experiencia, de la memoria y de los conocimientos previos. Resulta una ultrasimplificación considerar que la percepción es un proceso a través del cual nuestros sentidos nos proporcionan información objetiva sobre el mundo, o que incluso se entienda que nuestros órganos corporales o sensoriales registran fielmente la realidad sin que intervengan los factores psicosociales, culturales y existenciales de los individuos.

Ferrés manifiesta que: “Percibir es construir. Conocer es construir, no existe acceso a un objeto fuera del sujeto. No existe acceso a una realidad observada prescindiendo del observador. El conocimiento no se refiere nunca directamente a las cosas; se refiere siempre a la experiencia de las cosas”¹⁷. Este aspecto plantea la cuestión de que el conocimiento no es uniforme o isomórfico porque las respuestas de los individuos se basan en evidencias o en percepciones diversas. De modo que el ser de los objetos no es absoluto ya que se edifica en función de la unidad cultural del sujeto perceptor.

En la génesis de la percepción básicamente influyen:

- Los esquemas mentales.
- La cultura mosaico.
- Los condicionamientos psicológicos.

Los *esquemas mentales* son estructuras de organización mental que se encargan de seleccionar, organizar los conocimientos en forma de abstracciones o generalizaciones. Estas abstracciones se construyen a partir de los conceptos, de los objetos y de los acontecimientos, y de las interrelaciones que se dan entre éstos. “En la adquisición de nuevos conocimientos tienen una importancia fundamental los conocimientos previos, ya que son los esquemas o estructuras mentales sobre los que se articularán las informaciones nuevas”¹⁸. Así pues, los esquemas filtran la multiplicidad de informaciones que recibimos diariamente y, además, orientan la interpretación de lo que se percibe.

Los esquemas mentales perciben o construyen la realidad por la *vía consciente y racional* y por la *vía inconsciente, automática y emocional*.

La percepción consciente es un tipo de situación mental reflexiva, argumentativa que no excluye el pensamiento emotivo. Se fundamenta en el pensamiento deductivo y en la asunción de la complejidad. “Mediante este tipo de construcción es como se adquieren los conocimientos científicos. Esta vía siguen también los tribunales de justicia, cuyo rigor se basa en la confrontación de argumentos provenientes de dos puntos de vista opuestos. La propia democracia se basa en una confrontación e interacción de partidos que corresponden a puntos de vistas muy diversos”¹⁹. Por otra parte, la vía racional se desplaza de la causa al efecto o del efecto a la causa. Pretende convencer ofreciendo razones o argumentos para que el persuadido asuma el punto de vista de persuasor.

Ha de ser necesariamente consciente. Para que se acepte una argumentación, para que convenza, es imprescindible que sea comprendida a través de una actitud de análisis.

La *percepción inconsciente*, en cambio, no construye sus argumentaciones por la vía racional, sino mediante transferencia emocional. Se rige por el pensamiento asociativo. Actúa por simple proximidad, por analogía, por simultaneidad, por asociación simbólica. Es fácil recordar situaciones en las que se ha creado la imagen idealizada de una persona a partir de la simple percepción de su voz, de una mirada, de una parte de su cuerpo. Es significativo al respecto la frase de Sacha Guitry: “¡Dios mío, que guapa estabas esta tarde cuando hemos hablado por teléfono!”²⁰. El mundo emocional, pasional, sentimental es irracional o ilógico o, cuanto menos, alógico.

Ferrés destaca que en el psiquismo humano el pensamiento racional y el pensamiento emotivo o asociativo difícilmente se dan en estado puro. Las emociones y razonamientos cohabitan, se potencian, se contradicen y se desarrollan en la mente. Para la epistemología genética de Jean Piaget existe una clara diferencia entre el pensamiento formal y el sensomotor. Se sabe que una persona está razonando cuando sus operaciones mentales son de carácter hipotético-deductivo y cuando utiliza argumentos lógicos para construir proposiciones en las que se examinan cuidadosamente los resultados de sus implicaciones, antes de determinar su grado de verdad o de falsedad. En otro extremo se halla el pensar emocional que corresponde al *período sensomotor* de la vida infantil, que va desde el nacimiento hasta los dos años. En este período el niño no sabe distinguir entre su yo y el mundo, entre la realidad y la fantasía. Muchas veces los adultos, reeditan este comportamiento infantil, cuando reaccionan por automatismos y por transferencias psíquicas o cuando están dominados por la emotividad primaria o inconsciente.

La *cultura mosaico* se nos presenta, después de los esquemas mentales, como el segundo factor que condiciona la percepción que tenemos de la realidad. Así pues, el término cultura mosaico, acuñado por Abraham Moles, designa la idea de que los medios masivos de comunicación difunden informaciones dispersas y atomizadas.

La industria televisiva del espectáculo es un ejemplo emblemático de la producción estandarizada y fragmentada de con-

“

Muchas veces nos identificamos con los valores morales y con el atractivo físico y sobrenatural de los héroes y aunque suene paradójal también nos sentimos atraídos en muchas ocasiones por las perversidades y las conductas más oscuras y catastróficas de los villanos.

”

tenidos. Ferrés sostiene que: “Basta pensar en informaciones sobre la crisis económica interrumpidas por anuncios que incitan al consumo. O en anuncios en los que se insiste sobre lo fácil que es ser feliz interrumpiendo informaciones sobre las mayores tragedias de la humanidad”²¹.

La cultura mosaico y la cultura humanística, son dos formas radicalmente distintas de percibir o de pensar el mundo, por lo tanto, resulta inútil oponer o criticar ambas culturas, debido a que responden a lógicas de construcción muy precisas. Mientras que la cultura humanística se basa en la secuencialidad del razonamiento, en la expresión verbal, en el pensamiento abstracto, en lo analítico, y en un método organizado y jerarquizado del saber, en un estadio diferente, de la cultura mosaico se caracteriza por lo audiovisual y las imágenes concretas, por la descontextualización y la hiperestimulación sensorial, por la simultaneidad y la fragmentación, por lo emocional y las asociaciones primarias, por lo sintético e intuitivo.

Finalmente, un tercer factor que influye notablemente en la percepción de la realidad son los *acondicionamientos psicológicos*²². Estos son a saber: a) la defensa perceptiva, b) la dominancia selectiva, c) la disonancia cognoscitiva, y d) los estadios de la personalidad del inconsciente.

La *defensa perceptiva* se origina cuando la persona muestra una fuerte resistencia a percibir de manera consciente estímulos que le puedan provocar ansiedad o

angustia. “Experiencias realizadas por Wilson Bryan Key (1991), con mensajes sobre los riesgos del alcohol en un anuncio de Johnny Walker demostraron que los no bebedores los detectaban mucho más fácilmente que los bebedores. El experimento pone de manifiesto una defensa perceptiva superior y, en consecuencia, una vulnerabilidad también superior por parte de los bebedores, que vivían el mensaje como más amenazador para sus intereses”²³. Por lo general, nos defendemos de aquellas experiencias que nos perturbaban por temor a enfrentarlas y extraer de ellas informaciones valiosísimas que nos ayuden a explicar nuestro comportamiento y, por ende, dar solución a nuestros traumas existenciales.

La *dominancia perceptiva* es lo contrario a la defensa perceptiva, debido a que el sujeto muestra una atención hiperselectiva de los estímulos que provienen de su medio ambiente. Son muchas de las situaciones de la vida cotidiana donde se constata el hecho que la conducta humana está regida, con más frecuencia de lo que parece, por los mecanismos inconscientes de la dominancia perceptiva. “La madre de familia que no despierta por el ruido de una violenta tempestad y, en cambio, se despierta al oír la tos o el llanto de su hijo enfermo es un ejemplo selectivo del cerebro humano”²⁴. Así pues, el cerebro ha de haber captado previamente los estímulos que son significativos y los que no lo son, para que la percepción centre su atención en aquellos aspectos de la realidad que demande su atención, sea por la vía racional o por la vía inconsciente.

La *disonancia cognoscitiva*, concepto acuñado por el psicólogo social Leon Festinger, tiene lugar cuando se produce un conflicto, una disociación o una discrepancia entre la percepción de la realidad y la imagen que la persona tiene de sí misma. “Se sabe, por ejemplo, que las personas con menos probabilidades de creer en los peligros del tabaco son los fumadores que han intentado abandonar el tabaco y han fracasado en la tentativa”²⁵. Dicho de otra forma, la disonancia cognitiva reclama, en cierto sentido, un cambio de actitud ante la vida debido a que existen creencias disonantes, incompatibles entre sí, que provocan conflictos psicológicos. El individuo intentará lograr un cambio de actitud para alcanzar un estado de sosiego mental o de estabilidad psíquica o emocional. Así pues, si continuamos con el ejemplo, el individuo tendrá dos opciones, fumar o no seguir fumando. La disonancia cognoscitiva también pone en evidencia que, en muchas ocasiones,

se prefiere justificar lo que es injustificable esgrimiendo falsas razones, por temor a poner en entredicho su propia cosmovisión del mundo.

Finalmente, los *estadios de la personalidad* del inconsciente de Freud²⁶, el *ello*, el *yo* y el *super yo*, inciden en la percepción de la realidad. El *ello* se rige por el principio del placer y por el pensamiento primitivo. El *ello* contiene el repertorio de los instintos de nuestra especie. En otras palabras, representa el substrato biológico del hombre, la fuente de la energía de todos los impulsos. Asimismo, existen dos fuerzas instintivas que influyen en el comportamiento del *ello*: el *eros* y el *thanatos*. *Eros* implica el mito del amor, de la fuerza constructiva de la vida y de la unión, de la procreación, mientras que *thanatos* es el mito de la muerte, del instinto de destrucción, de la fuerza agresiva que conduce a la disolución y a la desintegración de la existencia. El *yo* es el encargado de controlar los impulsos del *ello*, esto es, le corresponde domar el carácter demandante, impulsivo, ciego, irracional, egoísta y narcisista y omnipotente del *ello*. En este sentido, el *yo* interviene en los deseos pulsionales del *ello* a fin de sustituir el principio del placer por el principio de la realidad. Es en este principio donde el *yo* consciente se adapta a las condiciones impuestas por el mundo exterior. Finalmente, el *super-yo* es aquella instancia de la psique humana que impone normas, preceptos y tabúes al individuo, y que por lo tanto somete a los instintos y a las desinhibiciones del *ello*. "El super-yo es la representación interiorizada de la autoridad externa, de las expectativas morales del entorno, y expresión de la imagen ideal que uno se ha forjado de sí mismo. El super-yo es en parte consciente y en parte inconsciente, y se rige en parte por el pensamiento primario y en parte por el secundario"²⁷. Así pues, el super-yo está constituido por la influencia de las sanciones de la educación, por la interiorización de las costumbres sociales, por las prohibiciones de los padres y de la estructura social.

En todas las manifestaciones del arte y de la cultura del espectáculo televisivo se puede constatar el conflicto entre estas dos fuerzas antagónicas: entre el *eros* y el *thanatos*. Por ejemplo, en los programas televisivos (policiales, ciencia ficción, telenovelas), los televidentes se identifican con los conflictos y la conducta de los personajes, que siguen, básicamente, los esquemas psicológicos de la vía emocional e irracional. Muchas veces nos identificamos con los valores morales y con el atrac-

tivo físico y sobrenatural de los héroes y aunque suene paradójico también nos sentimos atraídos en muchas ocasiones por las perversidades y las conductas más oscuras y catastróficas de los villanos. Pero sucede que a pesar de que nos identificamos con el mal, con el *thanatos*, con los impulsos irracionales del *ello*, a fin de cuentas retomamos el *yo*, el *eros*, el equilibrio emocional, las normas y las costumbres sociales establecidas gracias a la mediación del *super-yo*, estadio de la vida psíquica que busca establecer el orden, la moral por encima de cualquier instinto primario del *ello*. Podríamos decir que cuando nos identificamos con la trama o con un personaje de la televisión estamos en un sentido metafórico como soñando despiertos, en el entendido de que el sueño nos permite transformar los deseos en imágenes inocuas y esto ocurre cuando el inconsciente se expresa libremente por encima de todo tabú o censura (*superyo*). Soñamos despiertos porque nuestros impulsos irracionales se sintonizan con las conductas de los personajes y sus situaciones más inverosímiles. Soñar no le hace daño a nadie ni origina traumas a la conciencia. Al contrario, la vida onírica nos permite expresar nuestra energía sexual y todos aquellos contenidos psicológicos del inconsciente que permanecen reprimidos.

Y el quinto mito en la autocomprensión es el de la *audiencia pasiva*. El espectador de televisión no es cognitivamente pasivo. Esto lo ha demostrado el paradigma constructivista de la educación. En términos generales, este paradigma sostiene que el aprendizaje comporta un proceso autoestructurante, subjetivo y personal. El aprendizaje constructivista es además un proceso de (re) construcción de saberes culturales que se produce cuando el alumno problematiza o refuta creativamente tanto su sistema de conocimientos como lo que debería saber. La mente creativa siempre está dispuesta a construir nuevos significados que nos permitan comprender desde otras perspectivas la compleja realidad que nos circunda. De modo que los efectos de la televisión no actúan en un solo sentido, sino que dependen tanto de lo que el medio aporta al espectador como lo que éste aporta al medio. "La actividad del receptor se ejercita tanto oponiendo filtros y resistencias como aportando elementos para su propia socialización inadvertida"²⁸. El espectador es quien, en definitiva, le otorga significado a los mensajes masivos desde sus propias necesidades psicológicas, y culturales. No obstante, como lo ha venido señalando Ferrés, sólo

desde el conocimiento del psiquismo humano es que el espectador podrá comprender tanto los mecanismos de seducción de la televisión, sus posibles efectos y el sentido que adquieren sus mensajes.

En síntesis, la comprensión de la televisión se halla influida por los mitos de la sociedad occidental, es decir, por el mito de la libertad humana, de la racionalidad, de la conciencia, de la percepción objetiva y de los efectos de los medios así como por los esquemas mentales, los patrones culturales y los condicionamientos psicológicos. Por otra parte, este elenco de influencias que acabamos de señalar se reflejan, de una u otra forma, en los relatos televisivos, los cuales cumplen su función socializadora confiriendo a las realidades representadas (personas, instituciones o creencias) valores emocionales a favor o en contra, según los casos.

ESTRATEGIAS SOCIALIZANTES DE LA CULTURA MEDIÁTICA

Son modelos socializadores de la cultura mediática los anuncios publicitarios, las telenovelas, los informativos, los seriales policiales y de ciencia ficción, sólo por citar algunos. Socializan en la medida en que difunden saberes, informaciones y formas culturales. Una gran parte de estos modelos, géneros o relatos televisivos: "basan su potencial socializador en la utilización de mecanismos de seducción. No pretenden convencer sino seducir. No utilizan la vía racional sino la emotiva. No se basan en la argumentación sino en la fascinación"²⁹.

Asimismo, los modelos televisivos socializan y fascinan, al mismo tiempo, debido a que utilizan *dos tipos de estrategias narrativas* que se asemejan a las dualidades del psiquismo humano. Estas son:

1. Las contradicciones o dualidades del comportamiento humano.
2. Los conflictos entre la emoción y la razón.

Con respecto al primer aspecto, pasaremos a definir las contradicciones más significativas que se presentan en los relatos de carácter ficcional e informativo:

1. *Tensión y equilibrio*. La lógica de toda narración se basa en la secuencia *tensión-clímax-relax*. El espectador necesita la tensión narrativa, pero un exceso de ella se hace insoportable. De igual modo, una calma exagerada provoca aburrimiento. Es por esto que todo relato será gratificante en la medida en que se logre el equilibrio entre la tensión narrativa y el relax.

2. *Amor y odio*. Los relatos convencionales se caracterizan por la dialéctica entre la necesidad de amar y la necesidad de odiar, entre el afecto y la agresión, entre el *eros* y *thanatos*. Los héroes si bien suelen comulgar con el *eros*, es decir, con la reivindicación de la vida y el orden social establecido, tienen que luchar contra el villano que movido por la psicología del *thanatos* hace todo lo que está a su alcance para destruir a su contrincante. La función del personaje guiado por el *thanatos* es acabar con las aspiraciones morales, psicológicas y sociales del héroe. Y paradójicamente, aun cuando el héroe comulga con el amor, con la solidaridad y con la armonía de la vida tiene que recurrir, la mayoría de las veces, a la violencia. Asume con tanta vehemencia su violencia en nombre de la justicia que supera con creces la conducta hostil del villano. Al final del relato, el héroe retoma su yo, es decir, su cordura, su equilibrio, y hasta racionaliza sus actos sangrientos, esto es, justifica la aniquilación del mal, a pesar de que con su proceder haya matado a gente inocente para que el *eros*, la paz y la armonía se impongan en el mundo.

3. *Novedad y seguridad*. El relato convencional también suele caracterizarse por la relación dialéctica entre la novedad y la seguridad, entre la certeza de los acontecimientos y la incertidumbre ante lo que pueda ocurrir. Un relato que garantice total seguridad sucumbirá en el aburrimiento, del mismo modo, un relato colmado de sorpresas genera una ansiedad insostenible. “En los relatos, la estabilidad y la seguridad vienen dadas por la estructura narrativa, por las convenciones de los géneros. Orden y caos, fascinación por lo previsible y atracción de lo imprevisible. En proporciones diversas, los necesitamos constantemente como espectadores”³⁰.

Además de las contradicciones narrativas antes mencionadas, los relatos televisivos presentan tres tipos de conflictos:

1. *Se pretende la creación de un conflicto emotivo y se elude la creación de un conflicto cognitivo*. En este caso lo que se impone es la emoción sobre la razón. El eje central del relato es gratificar y seducir a los espectadores a través de una amplia gama de placeres. Estos placeres derivan de la sensorialidad, de la fabulación, de la interpretación estereotipada de la realidad, de la seducción del relato como metonimia y del relato como socialización emotiva.

El *placer sensorial* proviene de las formas visuales (líneas, contornos, color, dinamismo) y sonoras (música, timbre,

tono de las voces, efectos de sonido), y del atractivo físico de los personajes.

El *placer de la fabulación* lo provoca el hecho de que todo relato estimula, consciente o inconscientemente, la imaginación y la fantasía.

El *placer por los estereotipos* ofrece una sensación de seguridad en la audiencia, ya que de antemano sabe como puede concluir el relato televisivo. Produce satisfacción por cuanto la historia comporta una interpretación primaria y/o simplificada de la realidad, esto es, sin dualidades, sin contradicciones. Así pues: “No son sólo los programas frívolos los que recurren a esta fórmula. En general los programas informativos de la televisión tienden a evitar que el espectador tenga que esforzarse para comprender la realidad, y evitan cuestionar sus seguridades. En general le ofrecen una información predigerida, dramatizada, que confirme sus certezas, su visión de la realidad, manteniendo intactas sus estructuras mentales”³¹. El conflicto en este tipo de relato no pretende activar la mente racional del espectador.

El *placer del relato como metonimia* radica en conseguir que nos identifiquemos totalmente con los personajes a partir de la aceptación parcial de sus atributos físicos, morales y psicológicos. Esta aceptación nos lleva a omitir, muchas veces, los flancos débiles de los seres humanos. En la seducción la parte que se idealiza sustituye al todo. “El seductor focaliza la atención del seducido hacia unos aspectos aislados de su personalidad (el atractivo físico-real y/o maquillado-, la gracia, el ingenio, la fuerza, el poder, el estatus social...), camuflando otras dimensiones que podrían resultar perjudiciales para sus intereses”³². Seducir mediante la metonimia significa concentrarnos en la parte más atractiva del todo. Como cuando la belleza de una voz radiofónica se convierte en portadora de la belleza irreal del radioescucha o cuando creemos, inducidos por el instinto sexual, que una persona atractiva es de por sí honesta.

El *placer del relato como socialización emotiva*. Las noticias, las películas, las series, las telenovelas y los relatos en general socializan en la medida en que crean una especie de mapas mentales o modelos de conducta que prescriben las normas y los comportamientos que son aceptadas socialmente. Además, reprime o censura aquellas formas de actuar y de pensar que atenten contra las costumbres establecidas. Se dice que la televisión socializa o educa, de manera informal, porque: “potencia el pensamiento anticipato-

rio. Ofrece a las personas un caudal de pautas de previsión de consecuencias positivas y negativas para un buen número de situaciones, condicionando de este modo las decisiones futuras. Es decir, la televisión estimula la conducta previsora en base a las consecuencias aprendidas”³³.

Los espectadores, por lo general, aprenden por observación en la medida en que interiorizan los modelos de conducta difundidos por la televisión, no por su valor intrínseco sino por el placer que producen. La fuerza socializadora de la televisión radica en su capacidad para que se interioricen modelos de conducta que incidirán en el comportamiento ulterior del espectador. Por otra parte, la televisión también socializa mediante la transferencia emotiva e ideológica. Para el primer caso el espectador asume emocionalmente los sentimientos de unos personajes y vuelca sobre otros todo su sentimientos de hostilidad, odio y compasión. La transferencia ideológica se origina cuando el relato televisivo legitima el bien y premia a los personajes positivos y, por otra parte, condena a los antagonistas que representan todo tipo de antivalores.

Si el relato televisivo fascina y gratifica es, en buena medida, porque el espectador tiene la oportunidad de vivir el conflicto narrativo como una prolongación metafórica de sus propios conflictos internos. “Vive las situaciones de amenaza como expresión de lo que para su inconsciente representa en estos momentos una amenaza, y los deseos como manifestación o representación metafórica de sus propios deseos”³⁴.

De modo que el conflicto inherente a todo relato activa los mecanismos psíquicos de identificación y de proyección que residen en el inconsciente del espectador. La identificación se produce cuando el espectador está de acuerdo total o parcialmente con los rasgos físicos, morales y psicológicos del personaje, y esto se debe a que lo considera reflejo de su propia existencia, de sus sueños y de sus esperanzas. Y la proyección se origina cuando el espectador transfiere sus sentimientos de amor, odio, compasión, deseo sexual sobre los personajes del relato³⁵.

2. *Se pretende la creación de un conflicto emotivo con el objeto de que no se produzca un conflicto cognitivo*. Los mensajes televisivos buscan adormecer a la mente racional para que no perciba la vacuidad y el sinsentido de lo que se comunica y para que no repare en las estrategias técnicas, formales y argumentales de la televisión, las cuales pretenden legitimar y

perpetuar determinadas visiones estereotipadas de la realidad. La publicidad, por ejemplo, bloquea la mente consciente a través de la hiperestimulación sensorial, el montaje trepidante de las imágenes y la falta de continuidad narrativa.

3. *Se pretende la creación de un conflicto emotivo con el objeto, de manera que se produzca un conflicto cognitivo.* El relato televisivo activa la mente racional y consciente del espectador a partir de los conflictos emocionales de los personajes. Es el caso de aquellos programas educativos, científicos y culturales que buscan, de alguna manera, la provocación, el cuestionamiento, la reflexión creativa y ponderativa por la vía de la emoción.

En síntesis, los modelos de socialización de la cultura mediática fascinan en virtud de que difunden un conjunto de placeres y de contradicciones que entran en sintonía directa con las dualidades y conflictos que albergan en el psiquismo humano. Bien lo señala Ferrés al decir que: "La televisión, que es el reino de las experiencias vicarias, juega un papel decisivo en la presentación de modelos que incidirán en la elección de la dirección del comportamiento"³⁶.

La televisión es la industria de la fantasía, del espectáculo, de la sordidez, de la inmediatez, de la simultaneidad, del frenesí, de la hiperestimulación sensorial. Es, además, una gigantesca industria de producción de mitos que tienden a simplificar, banalizar y distorsionar a través de los mensajes masivos, la comprensión de la libertad, de la racionalidad, de la conciencia y de la percepción objetiva. Es por ello que se habla de mitos en la autocomprensión, en el entendido de que la sociedad occidental a través de las mediaciones institucionales, entre los que se cuentan la televisión y los medios masivos en general, se han encargado de estereotipar la complejidad del ser humano.

Quizás uno de los aportes de la teoría de la educación en comunicación de Joan Ferrés estriba en el hecho de que orienta todos sus esfuerzos en explicar desde el psicoanálisis de Sigmund Freud que el hombre es en esencia un ser irracional cuya conducta está regida por fuerzas motivacionales que gobiernan su inconsciente y, en este sentido, la industria del espectáculo televisivo ha aprovechado las enseñanzas de la investigación psicoanalítica para reforzar y legitimar modelos de conducta mientras que en otros casos intenta cambiarlos para crear una opinión pública favorable a las normas y creencias instituidas por la sociedad.

De modo que los relatos televisivos inciden notablemente en el inconsciente del individuo, generando pensamientos primarios o asociativos y en menor medida pensamientos racionales. En la psicología del inconsciente una *asociación* es la articulación que se establece entre dos contenidos psíquicos. Es asociativo porque la aparición en la conciencia de uno de ellos favorece la aparición o concienciación del otro, que está relacionado con el primero. Por ejemplo, los mecanismos de pensamiento asociativo se constatan cuando se asocia repetidas veces una palabra con una realidad para que la simple evocación de la palabra genere de manera inmediata, arbitraria y no racional, la imagen mental de la realidad. De modo que decir que el pensamiento es de carácter asociativo equivale a decir que opera por asociaciones libres sin la presencia del pensamiento racional.

Finalmente, el indiscutible poder socializador de la televisión le recuerda a la escuela que tiene que cambiar su estilo educativo unidireccional, enciclopédico y magistral, y que, por tanto, hay que enseñar a pensar a partir de la emoción, de la imaginación y de la intuición. Los educadores, tal como si fuesen ingenieros eficientes, tienen que aprender a tender puentes entre la cultura académica y la cultura audiovisual, entre el cerebro pensante y el emotivo, entre el hemisferio izquierdo y el derecho, entre la abstracción y la concreción, entre el aula y la vida cotidiana. Sólo de esta forma se podrá encarar sin dogmatismos y con mente abierta el universo simbólico de la televisión.

■ **Gustavo Hernández Díaz**
Miembro del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela (ININCO-UCV) y del Consejo de Redacción de Comunicación

Nota del autor: Este estudio forma parte de la línea de investigación *Medios, Comunicación y Educación*, que el autor viene desarrollando en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV), desde 1991.

Notas y referencias bibliográficas

- Freud, Sigmund (1993), *Los textos fundamentales del psicoanálisis*, Barcelona, Ediciones Altaya.
- Ferrés, Joan (2000), *Educación en una cultura del espectáculo*, Barcelona, Editorial Paidós.
- (1996), *Televisión subliminal: Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, Barcelona, Editorial Paidós.

Pervin, Lawrence A. (1979), *Personalidad: Teoría, Diagnóstico e Investigación*, Bilbao, Editorial Española Desclee De Brouwer, p.153.

- 1 Joan Ferrés (2000), *Educación en una cultura del espectáculo*, Barcelona, Editorial Paidós.
- 2 Joan Ferrés (1996), *Televisión subliminal: Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, Barcelona, Editorial Paidós, p.17. (Subrayado nuestro).
- 3 *Op.cit.* p.18.
- 4 Citado por Joan Ferrés, *op.cit.* p.51.
- 5 *Op.cit.*
- 6 Citado por Joan Ferrés, *op.cit.*
- 7 *Op.cit.* p.21.
- 8 Citado por Joan Ferrés, *op.cit.*
- 9 *Op. Cit.*, p.p. 26-27.
- 10 Lawrence A. Pervin (1979), *Personalidad: Teoría, Diagnóstico e Investigación*, Bilbao, Editorial Española Desclee De Brouwer, p.153.
- 11 Joan Ferrés (1996), *Televisión subliminal: Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, *op.cit.*, p.22.
- 12 *Op.cit.* p.35.
- 13 Joan Ferrés (1996), *Televisión subliminal: Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, *op.cit.*
- 14 *Op.cit.* p.112.
- 15 *Op.cit.* p.111.
- 16 *Op.cit.* p.27.
- 17 Joan Ferrés (2000), *Educación en una cultura del espectáculo*, *op.cit.*, p.108.
- Joan Ferrés (1996), *Televisión subliminal: Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, *op.cit.* p.32.
- Joan Ferrés (2000), *Educación en una cultura del espectáculo*, *op.cit.*, p.110.
- 18 *Ibidem.*
- 19 Joan Ferrés (1994), *Televisión y educación*, *op.cit.*, p.29.
- 20 Joan Ferrés (1996), *Televisión subliminal: Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, *op.cit.*
- 21 *Op.cit.* p.39.
- 22 *Op.cit.* p.29.
- 23 *Op.cit.* p.40.
- 24 Sigmund Freud (1993), *Los textos fundamentales del psicoanálisis*, Barcelona, Ediciones Altaya.
- 25 Joan Ferrés (1996), *Televisión subliminal: Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, *op.cit.*, p.29.
- 26 *Op.cit.* p.70.
- 27 *Op.cit.*, p.75.
- 28 Joan Ferrés (2000), *Educación en una cultura del espectáculo*, Barcelona, Editorial Paidós, p. 98.
- 29 *Ibid.* p.99.
- 30 Joan Ferrés (1996), *Televisión subliminal: Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, *op.cit.* p.75.
- 31 *Op.cit.* p.63.
- 32 Joan Ferrés (2000), *Educación en una cultura del espectáculo*, *op.cit.*, p. 97.
- Joan Ferrés (1996), *Televisión subliminal: Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, *op.cit.*
- 33 *Op.cit.* p.63.

TV y PROPAGANDA EN EL PARO NACIONAL

Galería de papel. Fotografía: David Marín.



QUO VADIS?

Resumen

Este trabajo se centra en el análisis de la propaganda transmitida en los canales de televisión durante el paro cívico de diciembre de 2002 y enero de 2003. Durante tal período se desarrolló una batalla en los medios de comunicación social, uno de cuyos puntales fueron las denominadas “cuñas” propagandísticas, efectuadas tanto por sectores de oposición como del gobierno, a través de los canales privados y del canal oficial. Basado en la teoría de la propaganda política, el autor realizó una investigación que comprende la grabación de aproximadamente 500 mensajes, su evaluación por el curso de Opinión Pública II y el análisis del contenido de las cuñas. Se puede destacar entre las conclusiones la presencia de varias estrategias, no siempre bien coordinadas, el uso de diversos procedimientos y técnicas propagandísticas, la contraproducente sobresaturación provocada y cómo algunas de las cuñas mejor evaluadas se centraban en la necesidad de la paz y la concordia entre los venezolanos.

Abstract

This study is an analysis of the propaganda transmitted by TV channels during the civic strikes of December 2002 and January 2003. In this period there was a battle in the media and one of the key elements of this confrontation was the use of so-called propaganda “spots” transmitted by both the government and opposition TV channels. The research focuses on the theory of political propaganda. Approximately 500 spots were taped and their content analyzed by students in the author’s seminar: Public Opinion II. Among the conclusions he notes the utilization of different strategies (sometimes uncoordinated), procedures and propagandistic techniques. He also refers to the problem of counter productivity brought about by over employment of the spots. There were also some spots studied that fostered the need for peace and good will among Venezuelans.

■ Iván Abreu Sojo

*El Camino significa inducir al pueblo
A que tenga el mismo objetivo que sus
Dirigentes para que puedan compartir
La vida y la muerte sin temor al peligro.*

Sun Tzu
El arte de la guerra

Durante los meses de diciembre de 2002 y enero de 2003 —exactamente entre el dos de diciembre y el dos de febrero—, Venezuela vivió una inusual huelga de dos largos meses, cuyo objetivo era la salida del poder del presidente de la República, Hugo Chávez. En un proceso que de ninguna manera se inicia en esa fecha, pero cuyos antecedentes son suficientemente conocidos, se inicia a principios de diciembre de 2002 otra batalla de la guerra que se libra entre gobierno y oposición, fuera del cauce institucional que supone el ejercicio democrático al cual estamos acostumbrados.

No es propósito de este trabajo efectuar un análisis de las causas, contexto y consecuencias de esta batalla que ya incluso tiene visos de contienda internacional, ni siquiera nos proponemos efectuar un trabajo global sobre el comportamiento de los medios de comunicación social durante el paro de diciembre-enero. Esos trabajos son de interés y esperamos que otros investigadores o estudiantes que realicen sus trabajos de grado aborden tal temática. En esta investigación nos centramos en un tópico de la batalla, el uso intensivo de la propaganda abierta a través de cuñas diseñadas para tratar de influir en la opinión pública.

Tal vez por primera vez en el mundo —por lo menos nosotros no conocemos otros casos— a una tan prolongada huelga la acompaña un enfrentamiento mediático de tal magnitud, en el cual los canales de televisión tanto privados como el del Estado, son puestos en función del enfrentamiento entre el gobierno y la oposición. En ese enfrentamiento juegan un papel importante, aunque no nos atrevemos vistos los resultados a decir que fundamental, las *cuñas* propagandísticas televisadas a lo largo de la programación de los canales privados y del canal del Estado durante el período de duración del paro. A desentrañar algunas de las particularidades de esa propaganda abierta está dedicado este trabajo.

I. LA PROPAGANDA POLÍTICA

Para contextualizar teóricamente este trabajo, hemos usado los conceptos de la propaganda política. Cuatro conceptos podrían usarse para esta investigación: publicidad, por tratarse de *spots* o cuñas, operaciones psicológicas, desinformación y propaganda. Los tópicos de la desinformación y las operaciones psicológicas están muy relacionados pero dado el forma-

“

Se habla de propaganda blanca y propaganda negra. La primera es aquel tipo de mensaje en el cual se conoce el propósito y la fuente del mensaje y los perceptores se dan cuenta de que se pretende afectarlos con el mensaje, que es abierto. En la segunda los perceptores desconocen los propósitos y las fuentes del mensaje y no saben que alguien está tratando de controlar sus reacciones

”

to analizado, de carácter abierto, difundido masivamente y en forma de cuña, se trata con más propiedad del ámbito de la propaganda. Evidentemente, el concepto de publicidad está referido a los productos y servicios. El presente marco teórico es sólo una primera aproximación a un tópico que discutiremos con mayor profundidad en otro texto. Aquí presentamos un esbozo de la definición de la propaganda, su clasificación y las técnicas de la propaganda política

Para no cansar al lector con el uso de múltiples definiciones de propaganda, ni con el origen del término o su historia, además de que no contamos con el espacio para hacerlo, remitimos a los textos que discuten ampliamente el tópico¹, así como esperamos recuperar posteriormente esa discusión con fines divulgativos, pues faltan los textos en el país. En vista de la multiplicidad de fenómenos correlacionados que podemos hallar con el nombre de propaganda, y que examinaremos a continuación, podemos definir la *propaganda* como:

Mensaje planificado y diseñado con el objetivo de ejercer algún tipo de influencia política, ideológica o religiosa sobre una audiencia o grupo meta, utilizando una serie de técnicas y procedimientos en todos o algunos de los medios de comunicación masivos o no, usualmente con énfasis

en el punto de vista de los emisores, procurando afectar a los perceptores en una dirección favorable a los objetivos de los propagandistas.

Hay varias clasificaciones de la propaganda. Según la identificación de la fuente y su propósito se habla de propaganda *blanca* y propaganda *negra*. La primera es aquel tipo de mensaje en el cual se conoce el propósito y la fuente del mensaje y los perceptores se dan cuenta de que se pretende afectarlos con el mensaje, que es abierto. En la segunda los perceptores desconocen los propósitos y las fuentes del mensaje y no saben que alguien está tratando de controlar sus reacciones; este tipo de mensaje puede admitirse como perteneciente a otro género comunicativo como lo señaló Verón, de hecho hablar de desinformación y de información dirigida puede considerarse fenómenos relacionados con la propaganda negra. También se les ha denominado propaganda *manifiesta* y propaganda *encubierta*. Se ha añadido modernamente otro tipo, intermedio, denominado propaganda *gris*, en la cual no se identifica especialmente la fuente o se alega una distinta de la real.

Una segunda clasificación habla del tipo de apelación dominante, de acuerdo con la clasificación clásica de Tchakhotine². Así, la propaganda dirigida a la razón o *propaganda ratio* recurre a apelaciones de orden racional y actúa sobre el pensamiento donde se elabora la opinión, actúa por persuasión y se combina con apelaciones emocionales, usa periódicos, discusiones, libros y programas como medios básicos. La propaganda dirigida al sentimiento o *senso propaganda* logra el estímulo mediante el uso de apelaciones afectivas, va dirigida a las capas subconscientes, actúa por sugestión, sus apelaciones son altamente emocionales, emplea símbolos gráficos, plásticos, audiovisuales y sonoros. Cammarota ha añadido la *acción psicológica compulsiva*, como presión a partir de apelaciones imperativas.

Con base en lo escrito por diversos autores, podemos proponer, según el propósito de la propaganda, una tercera clasificación: 1. propaganda de adoctrinamiento y de convencimiento, como aquel tipo de mensaje dirigido a lograr adhesiones permanentes (primer caso) o transitorias (segundo caso) al punto de vista del propagandista; puede incluir la propaganda de gestión, o aquella dirigida especialmente a resaltar los logros y/o planes del propagandista; 2. propaganda de consolidación o refuerzo, destinada a fortalecer el punto de vista del propagandista entre los adhe-

rentes; 3. propaganda de distracción, mensaje dirigido a cambiar el foco de atención; puede incluir también la propaganda de gestión, o aquella dirigida especialmente a resaltar los logros y/o planes del propagandista 4. propaganda de división, de desmoralización y de desprestigio, dirigida a desmovilizar al adversario al no poder convencerlo del punto de vista del propagandista. Incluye la propaganda de ataque al adversario, o aquel mensaje dirigido específicamente a descalificar al adversario o a atacarlo en sus puntos débiles; 5. propaganda de motivación, o mensaje dirigido a elevar la moral entre los adherentes

Por último podemos hablar de propaganda como mensaje elaborado tomando la iniciativa y contra propaganda, como mensaje deliberadamente elaborado como respuesta al adversario.

Un último aspecto de la propaganda vamos a resaltar. El referido a las técnicas y procedimientos que la práctica de la propaganda, en sus distintos contextos, ha ofrecido a lo largo del tiempo. Aunque algunos autores como Domenach hablaron de *reglas*, preferimos actualmente no usar este término. Además, consideramos técnicas y procedimientos aquellos que puedan ser aplicados a un mensaje particular, eliminando los que no puedan inferirse directamente el análisis de la propaganda, siguiendo la clasificación de las técnicas de propaganda usada por los especialistas en operaciones psicológicas, a las que denominan técnicas de características de contenido evidentes por sí mismas³. Hay que señalar que estas técnicas no son exclusivas de la propaganda; las podemos hallar en el discurso político, en la publicidad y en el lenguaje periodístico -especialmente en la información dirigida-. No obstante, algunas de ellas alcanzan su mayor desarrollo en la actividad propagandística. La presente es una recopilación sujeta a revisión, corrección y aumento, proveniente de varias fuentes:

1. *Apelación a la autoridad y testimonio*: cita figuras destacadas para apoyar una posición, idea, argumento o curso de acción. Apelación a la identificación con una figura popular o un líder de opinión, un modelo social, como un artista o un deportista. Utiliza citas, en o fuera de contexto, especialmente usadas para apoyar o rechazar una política, una acción, un programa o un personaje. La reputación o el rol (experto, figura pública, etc.) del individuo que hace la declaración es explotada. Le da la sanción oficial de un per-

“

Hay que señalar que estas técnicas no son exclusivas de la propaganda; las podemos hallar en el discurso político, en la publicidad y en el lenguaje periodístico -especialmente en la información dirigida-.

”

sonaje respetado o autoridad a un mensaje propagandístico. A veces el testimonio puede ser un símbolo, como la bandera o el himno nacional, o una institución.

2. *Vagón de cola (bandwagon) e inevitabilidad de la victoria (unanimidad y contagio)*: es el intento de persuadir al *target* del mensaje a tomar un curso de acción que “todo el mundo está tomando”, “unirse a la multitud”. Esta técnica refuerza el deseo natural de la gente de estar del lado ganador. Encuestas, marchas y mítines son maneras de usar esta técnica.
3. *Simplificación*: división de una doctrina, programa o ideología en algunos puntos definidos, uso del slogan y de símbolos. Generalidades favorables son usadas para proveer respuestas simples a problemas sociales, políticos, económicos.
4. *Obtención de desaprobación*: se trata de obtener la desaprobación de la población a una idea o línea de acción sugiriendo que es preferida por grupos adversarios, temidos u odiados.
5. *Generalidades brillantes o palabras virtuosas*: palabras intensamente emocionales que pueden ser asociadas fuertemente con conceptos altamente valorados y creencias que llevan a la convicción sin información o razón que las apoyen. Se apela a emociones como el amor al país, el deseo de paz, la libertad, la gloria, el honor. Se pide

aprobación sin examen de razones. Aunque las palabras sean vagas y sugieran diferentes cosas a gente distinta, su connotación es siempre favorable.

6. *Transferencia*: es una técnica de proyección de cualidades positivas o negativas de una persona, institución, objeto (personas, grupos, organizaciones, naciones) a otro para hacer al segundo más aceptable o para desacreditarlo (en este segundo caso se le denomina *contaminación* y lo atribuido son las características reales o supuestas de un adversario, usualmente el *enemigo definido* -ver técnicas 10 y 15). Incluye la asociación con personas o grupos.
7. *El mal menor*: es una técnica de reconocimiento de que el curso de acción tomado es quizás indeseable pero que cualquier alternativa resultaría peor. Es usada para explicar la necesidad de sacrificios o para justificar las aparentemente arduas acciones que disgustan a la gente. La proyección de la culpa sobre el adversario es usualmente usada con esta técnica.
8. *Nominación, sustitución de nombres o etiquetas morales*: intenta provocar prejuicios en una audiencia etiquetando el objeto de la propaganda como algo o alguien que la audiencia teme, odia, le disgusta, o encuentra indeseable. El sarcasmo, la ridiculización, caricaturas y fotografías son usados con esta técnica.
9. *Ridiculización*: caricaturización del estilo, los argumentos o el aspecto del adversario, hacerlo objeto del sentido del humor, de bromas y de chistes, en consonancia con lo expuesto en la técnica inmediatamente anterior.
10. *Definición del enemigo*: es una forma de simplificación en la cual una situación compleja es reducida al punto donde el “enemigo” esta inequívocamente identificado.
11. *El hombre de la calle o el hombre común*: esta técnica intenta convencer a la audiencia de que las posiciones del propagandista reflejan el sentido común de la gente. Está diseñada para ganar la confianza de las personas usando el modo y el estilo comunes. El propagandista usa lenguaje y maneras, vestimenta, en un intento de identificar su punto de vista con el del hombre de la calle, para tratar de ganar la confianza de las personas que resienten o no tienen confianza en las personas de condición social elevada. También se

le conoce como *sencillez popular*. De hecho, pueden usarse protagonistas populares, sin necesidad de recurrir a artificios. Se le ha denominado *humanización* cuando se usan niños.

12. *Humanización de los líderes*: una variante de la anterior, pinta un retrato más humano de los líderes, y así la gente los ven como seres humanos similares o, en todo caso, como preferibles, amables, sabios o figuras paternas.
13. *Denuncia*: la denuncia de individuos o grupos debe estar claramente identificada y sustentada. Se denuncia atribuyendo responsabilidad en el adversario, por ejemplo, sobre actos arbitrarios o corrupción.
14. *Desaprobación social*: con esta técnica el propagandista guía la aceptación del grupo y sugiere que las actitudes o acciones contrarias a las postuladas resultarán en rechazo social, desaprobación u ostracismo inmediato.
15. *Contaminación*: consiste en asociar las características negativas de un enemigo a un grupo de personas o partidos.
16. *Terror*: es una técnica que trata de llegar a las capas subconscientes de las personas para explotar las necesidades instintivas de supervivencia, seguridad, libertad, justicia, etc., presentando al adversario como un peligro para tales necesidades mediante mensajes que inducen el temor y la ansiedad.
17. *Exageración, desfiguración, omisión selectiva*: tomada de la práctica de la prensa partidaria e ideológica, se trata de magnificar los propios aciertos y minimizar los del adversario y exagerar los desaciertos del adversario mientras se minimizan los propios, así como de tergiversar hechos y opiniones en provecho propio. Se eligen de los hechos sólo los que apoyan el punto de vista del propagandista. Los hechos son seleccionados y presentados de una manera que fortalezcan y den autenticidad al punto de vista del propagandista. Esta técnica está en el límite de lo que puede considerarse una evidente por sí misma. La incluimos porque en ocasiones la distorsión se hace muy evidente en una observación preliminar.
18. *Mentira abierta*: otra técnica que merece ser señalada, aunque no es común tampoco que sea evidente por sí misma, a menos de ser comprobable inmediatamente aun para el menos avisado de los ojos.
19. *Contradicción*: muy usada en la contra propaganda, consiste en el uso de

textos, declaraciones, testigos y hasta fotografías e imágenes que contradigan, aunque sea en un solo aspecto, al adversario. Demuestran los cambios de posición del adversario.

20. *Intriga*: consiste en ir revelando mediante un segundo o tercer mensaje el contenido de la incógnita presentada en el primero. Muy usada en la publicidad.

2. LA PROPAGANDA TELEVISIVA DURANTE EL PARO

Esta investigación surgió como idea el mismo día de inicio del paro, basados en un antecedente de un trabajo que efectuamos con las cuñas electorales de 1998, y como parte de un proyecto mayor, línea de investigación de estudio de la propaganda política, actualmente en curso.

2.1. Metodología

El objetivo de esta investigación es realizar un diagnóstico de la propaganda televisiva durante el paro de diciembre de 2002 y enero de 2003. Para investigar este objetivo se procedió a grabar todas las cuñas que se televisaron, procediendo a efectuar un recorrido diario por los canales, grabando las cuñas que iban apareciendo día a día, procediendo luego a editarlas para su estudio y análisis. En tal sentido se definieron dos tipos de investigación: 1. un análisis de contenido de las cuñas grabadas; 2. Una evaluación de las cuñas, efectuada de manera cuantitativa y cualitativa por los estudiantes de Opinión Pública II, que actuaron como jurado. Definición de términos:

2.1.1. Análisis de las cuñas

Origen del mensaje:

1. Gobierno: mensajes que tienden a favorecer el punto de vista del gobierno y/o emitidos por éste.
2. Oposición: mensajes que tienden a favorecer el punto de vista de la oposición, incluyendo los mensajes elaborados y presentados por los canales privados de televisión.
3. Neutral: mensajes emitidos por organizaciones e instituciones identificados o no que no tomaron posición abierta en pro de una u otra de las partes.

Fuente del mensaje:

1. Gobierno genérico: mensajes emitidos por VTV sin identificación de fuente. En algunos casos, específicamente los

mensajes sobre PDVSA, se incluyeron acá, pues no había identificación al final al uso.

2. Gobierno Nacional: mensajes emitidos por Ministerios, Institutos Autónomos y Empresas del Estado, con identificación.
3. Gobernaciones y alcaldías chavistas
4. Gobernaciones y alcaldías de la oposición
5. Coordinadora Democrática
6. Partidos de oposición
7. Partidos chavistas
8. Consejo Nacional Electoral
9. ONG y Asociaciones Civiles: mensajes emitidos por instancias identificadas
10. Otras/no bien identificadas: mensajes emitidos por otras instancias no clasificables en los anteriores o no identificables a plenitud.
11. Medios de comunicación: mensajes elaborados y transmitidos con identificación del canal respectivo, privado o del Estado.

Ejes temáticos:

1. Controversia política y paro: eje definido por los temas dentro de la controversia por el paro. Marchas, figura presidencial, militares, PDVSA, Marina Mercante, violencia, corrupción, referéndum consultivo, firmazo, paralización, son tópicos dentro de este eje.
2. Gestión-Promoción: eje definido por mensajes de promoción de obra de gobierno, sin que destaque el aspecto de la controversia
3. Valores/creencias/derechos humanos: eje definido por mensaje centrado en lo positivo, en valores como la paz, la libertad, la libertad de expresión y por las creencias religiosas.
4. Institucional: eje definido por mensajes institucionales.

Tiempo de emisión:

Al no haber controlado precisamente la fecha exacta de la emisión de las cuñas, se dividió el tiempo de emisión en tres, según fueron apareciendo en las grabaciones.

2.1.2. Evaluación de las cuñas:

Se explica en el aparte respectivo

2.2. Resultados

2.2.1. Análisis de la propaganda

Según se puede observar en la *Tabla # 1*, los mensajes considerados de *oposición*, superaron a los del *gobierno*, ligeramente, pues los primeros obtuvieron poco

Tabla # 1
Origen del Mensaje

Origen	%
Gobierno	43,5
Oposición	51,8
Neutral	4,7
Total	100
Base	506

Tabla # 2
Fuente del Mensaje

Fuente	%
1. Gobierno Genérico	32,0
2. Gobierno Nacional	6,5
3. Gobernaciones y Alcaldías Chavistas	1,6
4. Gobernaciones y Alcaldías Oposición	0,2
5. Coordinadora Democrática	21,1
6. Partidos de Oposición	3,4
7. Partidos Chavistas	0,2
8. Consejo Nacional Electoral	1,2
9. ONG's y Asociaciones Civiles	16,0
10. Otras/no identificables 6,9	
11. Medios de Comunicación Social	10,9
Total	100
Base	506

más de la mitad (51,8%) del total de 506 cuñas recopiladas, por 43,5 % de los segundos, mientras que el resto (4,7%) son mensajes *neutrales*.

En relación con la segunda variable, según se puede observar en la *Tabla # 2*, el *gobierno genérico* obtuvo el primer porcentaje 32%, seguido de la *Coordinadora Democrática* con poco más de la quinta parte (21,1%). Las *ONG's y Asociaciones Civiles* obtuvieron el 16 % y los *medios de comunicación social* el 10,9 por ciento. Otras organizaciones o mensajes no bien identificados -en algún caso se perdió la identificación en la grabación-, representaron el 6,9 % de las cuñas. El *gobierno nacional* representó 6,4% de las emisiones de propaganda. Otros orígenes fueron mucho menores, como se puede ver en la *Tabla*. Es pertinente observar que en la modalidad *ONG y Asociaciones Civiles* se agruparon instituciones como Fuerza Integradora, Mujeres por la Libertad, Súmate, Queremos Elegir, Ciudadanía Activa, Movimiento 1011, Gente del Petróleo, Conciencia Ciudadana, Alianza Cívica de la Sociedad Venezolana, Asamblea de Ciudadanos, Fundación Unamos al Mundo por la Vida, Visión Emergente, Coordinadora Nacional de Mujeres, Fe y Alegría, Construyendo País, Clase Media en Positivo, Coalición Democrática, Coordinadora de Lucha de Mujeres, Fundación La Salle, Instituto Cristiano para los Estudios Sociales y Agropet. En *Otras* encontramos la Federación Bolivariana de Estudiantes, Antiescuálidos.com, Movimiento Nacional de Desobediencia Activa, Cavidea, Simón Díaz, Conferencia Episcopal Venezolana, CTV, Voces por la Paz y los mensajes sin identificación. Los

partidos que hicieron propaganda fueron AD, COPEI, Alianza Bravo Pueblo, Un Solo Pueblo, PPT, Primero Justicia, Proyecto Venezuela y Solidaridad.

Si observamos la *Tabla # 3*, destaca el hecho de que la *controversia política y paro* fue el eje dominante, con más de dos tercios de los mensajes emitidos (69,4%). Es de hacer notar que todos los mensajes de la Coordinadora Democrática pertenecieron a este eje, así como poco más de las tres cuartas partes de los denominados *gobierno-genérico* (75,9%). Los *valores/creencias/derechos humanos* representan casi la quinta parte de los mensajes (19,8%). De estos, destacan los medios de comunicación social, cuya propaganda estuvo constituida en 72,7% por este eje. La *gestión-promoción* es 8,9%. Este porcentaje fue alimentado especialmente por el gobierno nacional (45,5%) y por las gobernaciones y alcaldías chavistas, pocos mensajes, pero todos en este eje. Un dato interesante que se observa es cómo aumenta el eje de *controversia política y paro*, pues pasa de 61,5 por ciento y 64,3 por ciento en los dos primeros tercios del cuñero a 82,2 por ciento en el último tercio.

Durante el primer tercio del cuñero, lo que corresponde aproximadamente a tres semanas, se observaron testimonios como los de Merhi, haciendo un llamado a la paz, el vicealmirante Martín Fossa, primero de una serie dentro del eje de la *controversia política y paro*, que podríamos denominar *militar*, el hijo del general Andara Clavier, con la técnica de la humanización -uso de los niños-, un llamado de Vázquez Velasco, y el muy comentado de la ex esposa del presidente, que le pide escuchar y aparece con sus hijos, uso de la *humanización*, y que, no obstante fue evaluado con un modesto 5,94 por los estudiantes que calificaron la propaganda del paro. Aparecen las críticas a los militares, en "¿el Honor es su Divisa?", en referencia a la Guardia Nacional, el "Manual para reconocer a un soldado venezolano", y especialmente aquella en la cual aparece la pantalla partida con el entierro de la joven de la Plaza Altamira y con los militares bailando gaita (Venezuela no está de fiesta). Abundan los llamados a marchas, tanto del gobierno como de la oposición -muy especialmente de ésta- y las cuñas en las cuales aparecen grandes multitudes marchando, ejemplo de técnica de *unanimidad y contagio*. De parte del gobierno también se usa el tópico militar, como el testimonio de gente que dice estar de acuerdo con los militares en la calle, el Plan Ávila con imagen de García Carnei-

Tabla # 3

Ejes Temáticos por Fuente y Tiempo de Emisión*

EJE	Fue.							Tie.			Tot.
	G.G.	G.N.	C.D.	P.O.	Ong	Otra	mcs	1	2	3	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	
Controversia política y paro	75,9	33,3	100	82,4	69,1	77,1	21,8	61,5	64,3	82,2	69,4
Gestión-Promoción	9,9	45,5	--	5,9	3,7	--	1,8	10,7	10,1	5,9	8,9
Valores / creencias / derechos humanos	13,0	21,2	--	11,8	27,2	--	72,7	26,0	24,4	8,9	19,8
Institucional	1,2	--	--	--	--	22,9	3,6	1,8	1,2	3,0	2,0
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Base	162	33	107	17	81	35	55	169	168	169	506

* Se eliminan de la *Tabla* las fuentes que obtuvieron 100% en eje temático : Gobernaciones y Alcaldías Chavistas y Gobernaciones de la Oposición en Gestión-Promoción; Partidos Chavistas en Controversia Política y Paro. Se deja Coordinadora Democrática pues es significativo su número de cuñas.

ro, un mensaje sobre el papel de la FAN, según la Constitución y un curioso mensaje de un militar —aparentemente un soldado raso— quien le expresa a Chávez su apoyo más fervoroso.

Hay mensajes que acuden a la técnica del *hombre de la calle*, como “Así siente el soberano”, del partido Solidaridad, al comienzo del paro y a favor de éste, o un largo de testimonio por Chávez, lacrimógeno, en el cual se usan sólo niños —*humanización*— y mujeres que expresan cuánto aman al Presidente. No faltan los ataques directos al presidente, como los mensajes en los cuales se emplea la técnica de la *contradicción*, por ejemplo las cuñas en las cuales en 1998 Chávez pide el adelanto de las elecciones, diciendo que el presidente Caldera ha perdido control de la situación y que es necesario adelantar las elecciones, o cuando expresan que cada vez que abre la boca, se cierran empresas. Por cierto, esta es otra serie de cuñas, de los comerciantes que dicen que cierran hoy para poder abrir mañana (“en este diciembre la Asociación de Comerciantes tiene un solo deseo: no nos compres”, dice una, significativamente). Una de estas cuñas hace un juego de palabras con la “Santa María está abajo”, indicando no sólo el hecho del cierre sino la manipulación del sentimiento religioso. No será el único ejemplo, pues comienzan a televisarse con frecuencia imágenes de la Virgen, como la del mensaje del gran pelotero Andrés Galárraga. Por cierto, este primer tercio del cuñero está centrado en las peticiones de renuncia (*Chávez vete ya o no renunciaremos hasta que renuncie*) del presidente y en petición de *elecciones ya*; se puede señalar, no obstante, que aparece una cuña en la cual se destaca todo lo que se ha hecho, Marina Mercante, SENIAT, las cacerolas, PDVSA, Plaza Altamira, para pedir firmas para el referéndum consultivo. Otros ataques en los cuales se usa la ironía y el sarcasmo son los que se efectúan como un llamado de búsqueda del Fiscal, el Contralor y el Defensor del Pueblo.

Las cuñas sobre los medios van desde aquella que presenta reporteros agredidos por grupos chavistas y “cuando hacen callar un medio”, que indica que perderemos la libertad, hasta una en que se afirma que “el sol no se puede tapar con los medios”, con imágenes de concentraciones chavistas y una en donde se afirma que los medios están controlados por un pequeño grupo y que el pueblo ya no les cree, presentando manifestaciones a las puertas de las televisoras privadas. También merecen señalarse las cuñas en las cuales el canal del estado presenta cifras sobre el manejo

“

También merecen señalarse las cuñas en las cuales el canal del Estado presenta cifras sobre el manejo de PDVSA, indicando un manejo inadecuado de la empresa y terminan con el slogan *salvemos a PDVSA*.

”

de PDVSA, indicando un manejo inadecuado de la empresa y terminan con el slogan *salvemos a PDVSA*. Esto lo combinan con cuñas de exaltación de valores patrióticos, con canciones de fondo como “quiero expresar los sentimientos” y “las puertas están abiertas” o la *gaita bolivariana* y con cuñas que comenzaron transmitiendo ellos, *un momento de reflexión*, con citas bíblicas, de Fe y Alegría y otras, propias, de pensamientos de personajes universales exaltando el valor de la paz. Por el lado de la oposición se usará con alguna frecuencia como fondo el Himno Nacional, aunque también tenemos el caso de la cuña que comienza “Marisela es mi país”, mostrando un rostro de niña con una canción de fondo, y Ella-la TV, primera versión, con imágenes de la historia de la televisión venezolana y la voz de Montaner.

Hay cuñas de exaltación de los marinos mercantes, de la gente de PDVSA, de los policías metropolitanos, “los hombre de azul”. Por el lado gubernamental, el IVSS llama a los sectores “golpistas” a respetar la seguridad social de los venezolanos. Otros mensajes del canal ocho —que no podemos afirmar que se trate de una estrategia deliberada, aunque así lo presumimos— buscan destacar la labor de gobierno, como otras de Noti-Seguro (IVSS), las de alcaldías, como la cuña navideña de Bernal, que es netamente de promoción de gestión, Créditos del Banco del Pueblo, FONTUR, Ban Mujer, SIEX y los dos primeros casos de *Noticias Positivas*, una de las cuales, por mencionar, trata de las obras que se realizan en el via-

ducto N° 1. Otra propaganda, como el primer Boletín Informativo del Ministerio de Energía y Minas (MEM), son más de *controversia política y paro* y representan un enconado esfuerzo por dar la apariencia de que las cosas se normalizan, igual a la cuña del sorteo del Kino. Las cuñas de navidad oscilaron entre llamados de paz, eje temático tercero, y otras más en línea con el eje temático primero, como “liberen la navidad”

El segundo tercio del cuñero, con sus propias particularidades, es bastante similar al primero —hay que hacer la observación de que las cuñas sólo se editaron una vez, por lo que es muy posible que algunas cuñas pasaran de un tercio a otro, así como no se puede afirmar nada de la frecuencia de repetición, variable que no se controló, obviamente—. El gobierno continúa con su triple fórmula de *controversia-gestión-valores*. Prosiguen los mensajes de Fe y Alegría y los pensamientos por la Paz, así como Noti-Seguro, Noticias Positivas, BanMujer y se añade Fundacomún. Por lo que respecta a los mensajes del eje *controversia política y paro*, Continúan los Boletines Informativos del MEM y salvemos a PDVSA. Se añaden Clase Media en Positivo, Ahora PDVSA es de Todos y Contacto con la Realidad. En salvemos a PDVSA, por ejemplo, una de las cuñas habla de los costos operativos de la industria. Clase Media en Positivo le da respaldo a Chávez en el Poliedro, Adán Chávez entrega tierras, vía INTI, en Noticias Positivas. En Contacto con la Realidad se combinarán protestas, denuncias de la situación petrolera, e imágenes de normalidad de la situación. El primer mensaje grabado de esta serie presenta idílicas imágenes de niños jugando en Los Próceres con sus juguetes navideños, en evidente intento de transmitir esa sensación de que no pasa nada en relación con el paro. Un segundo mensaje de esta serie es contradictorio con el primero, pues son dos muchachas que denuncian la situación, especialmente a los medios de comunicación social, a los cuales acusan de hacer propaganda en vez de transmitir su programación normal. Otra propaganda de esta serie presenta la estación del Metro de Gato Negro, la gente viajando a la playa y testimonios pidiendo que nos dejen vivir en paz y una mejor TV. Por último aparece el primero de varios denunciando el sabotaje, esta vez en la Estación de PDVSA en El Palito.

Es interesante notar que durante este período comienza a emitirse contra propaganda, entendida en este caso como un

mensaje de respuesta en el cual se utiliza material elaborado por la oposición. Tal así son las siguientes cuñas: 1. se utiliza un medidor de gasolina de una cuña de la oposición -se describe esta cuña luego-, sólo que se revierte el mensaje para mostrar las gandolas que salen cargadas de gasolina, con dos versiones, en una de las cuales se expresa, por ejemplo, que el país ha dejado de percibir 1250 millones de dólares; 2. la de respuesta a un mensaje de TeleVén en el cual borran la *r* de *revolución* para que quede *evolución*; ahora dice evolución es revolución y firma el pueblo; 3. una de Venevisión que expresa “y salieron...salieron” es transformada en “y bajaron...bajaron”; de salir a marchar, a bajar el 12 de abril.

Otros mensajes incluyen un llamado del cantante Paul Gillman, “los venezolanos exigimos que se nos respete la navidad”, uno en el cual casi se insinúa que la Guardia Nacional da “plan de machete” a unos y otros, pues dice “adivine dónde es” y presenta imágenes de represión en PDVSA Chuao y en la sede del Tribunal Supremo de Justicia con el mensaje “la Guardia Nacional vela por el orden público”. También se denuncia a la banca por usura y se denuncia el sabotaje y la conspiración, anunciando, no obstante, la reactivación de los buques. Una cuña presenta a los llamados círculos bolivarianos efectuando labor social positiva en la región de Guayana y otro pide cambiar marchas por juegos, violencia por paz, ollas por juguetes -este mensaje es del CDNA-. Una cuña fuera de lo común es el alegato de uso de propaganda subliminal con mensajes de la oposición, denunciando que RCTV habría colocado subliminalmente partes de cuñas de ABP y Proyecto Venezuela en películas transmitidas por ese canal de televisión; es un ejemplo de la técnica de la *denuncia*. Otro ejemplo de técnica, esta vez de *nominación*, se da en la cuña en la cual se dice que Venezuela, patria de la libertad latinoamericana es víctima de nazismo, fascismo, racismo y fobias sociales, verbigracia, la oposición es nazi, fascista, racista y clasista. Una cuña que toca el tema militar es aquella en la cual se denuncia que el 12 de abril disolvieron los poderes y ahora tienen en agenda disolver la Fuerza Armada Nacional. En dos cuñas se le dan las gracias al Brasil por enviar gasolina. Hay tres buenos ejemplos de *ridiculización*: Carlos Ortega es el Grinch que pretende acabar con la navidad y Juan Fernández es atacado ferozmente al presentarlo con una voz de niño con la especie de lego con el que

66

Es interesante notar que durante este período comienza a emitirse contra propaganda, entendida en este caso como un mensaje de respuesta en el cual se utiliza material elaborado por la oposición.

99

apareció en una rueda de prensa y expresan que “juegan a destruir el país”; el tercer caso es el de Eran Dos Tipos, en la que aparece, además, la técnica de la transferencia.

Por lo que respecta a la oposición, se puede señalar la incorporación de los mensajes de la serie Un Momento de Reflexión, de Fe y Alegría, a la televisión privada y otros mensajes que comienzan a verse son aquellos de afirmación, de rescate de valores, como aquel en el cual TeleVén presenta imágenes de añoranza y que comienza “hemos viajado juntos”. En esta misma línea de valores positivo está la continuación de “Pueblo Somos Todos”, la cuña “La Riqueza de un País”, donde se exaltan la familia, trabajar, luchar, hermandad, la democracia, etc., como valores que hacen grande a Venezuela. La cuña “He visto en el Futuro”, que menciona la nobleza, la tolerancia y la desaparición del odio y cómo se construye un país corrigiendo los errores. Una más de la serie religiosa muestra a la Virgen e imágenes de Venezuela y tiene como fondo una gaita. Continúan los mensajes cuyo tópico son los militares: “A Punta de Fusil”, en la cual explican que una cosa es mover el Pilín León y otra poner a funcionar a PDVSA; el “Manual para que un soldado venezolano reconozca a un civil venezolano”, propaganda en la cual se expresa que el civil es igual al soldado en todo, pero no puede portar armas de guerra y siempre se ha sentido protegido y orgulloso de sus Fuerzas Armadas y “Señores jefes Militares”, en la que se expresa que las

FAN sustentan la democracia y recuerdan a los militares que lo que hoy pasa será material de historia que leerán sus hijos mañana, quienes preguntarán, “papá, ¿y dónde estabas tú?”.

Otro de los tópicos del eje temático principal, la *controversia política y el paro*, es el de las marchas, con la técnica de la *unanimidad y el contagio*. En este segmento abundan estas cuñas, incluso usando la técnica de la *intriga*, como una en la que se menciona varias veces el 28, “¿qué pasará el 28?”, como para crear la tensión en el adversario, la canción que dice “cansado de andar”, de aliento o, en la misma línea, “da un paso más”, cantada también, y la del cálculo de las marchas que introduce la consigna “vamos a contarnos, contarnos es la salida” y las de las pilas, que mencionamos más adelante, también puede señalarse la cuña de “quienes creían que la nómina de PDVSA era de 40 mil empleados” que expresa, en la misma línea del *bandwagon*, que los empleados de PDVSA “somos millones”. Continúa la consigna ¡Elecciones Ya!, una de cuyas cuñas características será la del medidor de gasolina, que dice “Venezuela está en el límite”, en la “reserva” -haciendo alusión al tanque de gasolina ya casi vacío- y propone una solución pacífica, elecciones ya. Comienzan a disminuir los testimonios, de los cuales podemos destacar el de Natacha Ruiz Pineda, nieta del líder adeco asesinado, y la imagen del asesinado que es utilizada. Son muy usadas las referencias deportivas: 1. “No hubo Pelea”, del eje de *valores*, con el famoso futbolito de Prados del Este; 2. “Si Todos Jugamos”, en la que se expresa que podemos entrar 24 millones en la cancha; 3. Ponchado, con imagen de un bateador haciendo *swing* y ponchándose, “le dimos todo”, “se la pusimos bombita”; 4. una vez más el explotado futbolito, con la frase “el único que sobra es usted”, refiriéndose a Chávez; 5. Un testimonio de Richard Páez a favor de la unidad; 6. Béisbol, en la cual para resaltar la necesidad de unidad y paz, se dice que luego que termina la rivalidad con la temporada, todos somos Venezuela, en la Serie del Caribe; 7. Dominó, no propiamente un deporte, pero sí un juego muy popular, donde aparecen dos parejas de chavistas y antichavistas y se tranca el juego, que hay que abrir.

En este segundo segmento del cuñero hay una serie de mensajes con recursos de imagen en la línea argumentativa de la oposición: 1. la del medidor de gasolina, ya mencionada; 2. el domingo recarga tus pilas, para motivar una marcha; 3. el gui-

so, con la técnica de la *denuncia*, con una olla montada y calentándose, para señalar la entrega de la plataforma deltaza como el único guiso de estas navidades; 4. la hallaca, que muestra el plato navideño perdiendo sus ingredientes, al paso que señala como el presidente se ha metido con todos: “un país con todos los ingredientes suma en vez de restar”; 5. la cafetera, llena de petróleo: “la gente del petróleo nos mantiene despiertos en esta lucha”. Siguen los mensajes de “No nos Compres”, las cuñas a favor del ejercicio periodístico, como la que dice “periodistas en tiempos de paz, hoy corresponsales de guerra”.

No faltan en este segmento los mensajes dirigidos directamente a Chávez: 1. Un segundo mensaje, con técnica de *contradicción*, de Chávez y el adelanto de elecciones, llamando a adelanto de elecciones en 1998, pues “no tenemos gobierno”; 2. el presidente sin escuchar, no genera empleos, no fomenta la paz; 3. no te dejes engañar, “el único responsable de los males, de tanta violencia, de tanta intransigencia”; 4. “señor presidente, usted provocó este paro”; 5. la denuncia de los retrasos deliberados de los representantes del presidente en la mesa de negociación y acuerdos; 6. ponchado, ya referida; 7. unos pocos ríen, con la guaracha de la Billos e imágenes de Chávez y sus colaboradores “muertos de la risa”, mientras el pueblo pasa trabajo; 8. no hay gasolina, con la culpabilización de Chávez; 9. Cuña en la cual aparece José Vicente Rancel, representante del sector oficial en la Mesa, denostando de la oposición; 10. Piensa en los próximos 10 segundos que ha hecho Chávez por ti en estos cuatro años; 11. Te quiere, no te quiere, donde se responsabiliza al presidente por la falta de trabajo y otros males.

El segmento final de la propaganda del paro, correspondiente aproximadamente a los últimos 21 días, es el de la ofensiva final, que parece demostrarse por el aumento del porcentaje de mensajes del primer eje temático —si es que este indicador es confiable—. Comencemos esta vez con la oposición. Se mantiene y según el indicador se potencia el eje temático primero. Siguen los ataques al presidente, esta vez con una serie muy exitosa, la lengua es el castigo del cuerpo, con tres versiones: 1. la del discurso vestido de militar en La Carlota, que salgan a la calle; 2. arenga del presidente a favor del revocatorio si no cumple; 3. “no importa que andemos desnudos, que no tengamos ni para comer”, en *off*, mientras se le van resaltando todos los lujos que viste. Otros ejemplos son el

“

Aparecen dos buenos ejemplos de la técnica del terror: la cuña donde se expresa, mostrando imágenes, que Chávez nos quiere ir acostumbrando a Cuba, y una en la que se muestra un martillo de la justicia, “señores magistrados, por no ejercer la justicia...” y se va transformado en la hoz y el martillo, símbolo universal del comunismo

”

de la frase de Chávez “dar cauce pacífico a una revolución” y luego aparece el presidente cayendo de su silla, técnica de la *ridiculización* y la cuña no queremos golpe en la que se muestra a Chávez en su gesto característico de golpear la mano con el puño, llamándolo indirectamente golpista, así como aquella en la cual se cita la frase famosa de Lincoln sobre el engaño a la gente y palabras de Chávez en las que confiesa abiertamente haber mentido. Hay otros testimonios populares, pero disminuyen las cuñas de marchas. Entre los primeros hay testimonios de un hombre y una mujer del pueblo y de una maestra pidiendo a Chávez contarse. Aparecen los testimoniales “¿qué país quieres ver?” Hay uno que podríamos denominar con la primera técnica, la *apelación a la autoridad*, la segunda canción de Simón Díaz, ya más en la tónica de oposición que la primera, que era más en el eje de los valores, en el segundo segmento.

En el tercer segmento del cuñero aparecen cuatro cuñas dirigidas a los militares por la oposición. En la primera se les recuerda que con leyes nacionales o internacionales, podrían ser juzgados por sus acciones, “no seas cómplice”, expresa. La segunda, muy dirigida a lo emocional, presenta a dos ancianas en una plaza conversando, y una de ellas le muestra las fotos de sus familiares a la otra, hasta que

llega a la de su hijo militar, de quien se avergüenza y termina por llorar. La tercera agradece a “estos militares por violar la propiedad privada”, con imágenes de Acosta Carlés y una música marcial de fondo, en abierta ironía. La cuarta pregunta, ¿verduleros?, e interroga acerca de quién, entre Iris Varela y Lina Ron será “tu comandante”.

Aparecen dos buenos ejemplos de la técnica del *terror*: la cuña donde se expresa, mostrando imágenes, que Chávez nos quiere ir acostumbrando a Cuba, y una en la que se muestra un martillo de la justicia, “señores magistrados, por no ejercer la justicia...” y se va transformado en la hoz y el martillo, símbolo universal del comunismo, con fondo rojo, por añadidura. El otro aspecto digno de considerar es la serie de cuñas que se centran en ir preparando el cierre del paro, complemento de la disminución de las cuñas alentando a la gente a salir a marchar y similares. Hay dos líneas claras: la justificación del paro como la cuña que expresa “gracias al paro tenemos nuestro referéndum”, la cuña “Un Éxito”, mostrando supuestos logros, y Dávila, en un truco de video, quitándole la banda presidencial a Chávez, y, especialmente, la cuña que justifica el paro con logros como que el gobierno aceptó ir a la mesa de negociaciones, el Grupo de Países Amigos, la visita de Carter y el Firmazo. Por cierto, en esto se concentra la segunda línea clara, en cuñas por el llamado firmazo, el mismo dos de febrero y como sustituto del abortado consultivo: 1. petición de colaboración para el Firmazo; 2. voluntarios por el Firmazo; 3. el juego más importante, con el diamante de béisbol; 4. el único que puede firmar por ti eres tú; 5. ¿quiénes pueden firmar?, promoción del Firmazo; 6. testimonio humorístico de Rolando Salazar imitando a Hermán Escarrá; 7. el de la manguera de gasolina a favor de la gente de PDVSA “que la gente que sabe regrese”, “un presidente al servicio de la Nación y no de una revolución”; 8. explicación de cómo rellenar la planilla; 9. el símil de un electrocardiograma y la firma; 10. la canción “vamos a firmar”; 11. el complemento del Firmazo. Un tercer tipo de mensaje son la cuña Exige tu Derecho al Referéndum, la protesta por el “robo del referéndum consultivo” y la cuña “2.435.987 personas exigieron el referéndum y sólo tres por el mandato de uno nos quitaron el derecho de contarnos democráticamente”.

Por lo que respecta al gobierno, hay algunos llamados a marchas y similares, de los cuales el más sonoro es “hay fuego en

el 23”, que dada la alarma que provoca, es modificado en versiones posteriores. Otros mensajes se centran en el derecho a la educación frente al paro. Así, “Con nuestros hijos no se metan”, que muestra niños en clases y uno de ellos en posición corporal que deja ver que está llorando por culpa del paro, con el slogan ¡queremos clases ya!; “Promoción Carlos Ortega, Padrino Carlos Fernández”, con imágenes de aulas vacías, la de unos payasos llamando a los maestros a deponer su actitud; un testimonio de Britto García, en el cual menciona el tópico, ¿qué es la Escuela?. Más en el eje de los valores, el derecho a la educación, en el cual una niña le dice que su derecho a la educación tiene prioridad. Hay mensajes en contra del cierre de los bancos, como aquel cuando aparecen un Mariachi cantando las mañanitas frente a un banco cerrado y donde expresan que los bancos están obligados a abrir. “claro, el dinero es de la gente”.

Hay de nuevo contra propaganda, en el sentido que expresamos antes: piensa en 10 segundos en algún producto que vendan los medios comerciales, “sólo te venden violencia” y “Triunfo”, cuña de respuesta a fracasó, de la oposición, y que muestra supuestos logros presidenciales. Hay ataques a Carlos Fernández y Carlos Ortega: el primero es mostrado viajando a Aruba el 31 de diciembre, mientras en *off* invita al pueblo a celebrar el año nuevo en la autopista; qué es lo peor que han ordenado Carlos Ortega y Carlos Fernández es una encuesta que remite a un sitio web de votación. Otro ataque, contra la Coordinadora, es por cierto el único mensaje de un partido que respalda al gobierno, el PPT, que compara la Coordinadora Democrática con AD, presentando a varios adecos o ex adecos. En la misma línea de ataque contra la oposición está la cuña humorística “Fascism mind”, que hace un símil con las ventas de productos por promoción de ventas en TV; el producto es una serie de videocasetes que adiestran en el comportamiento opositor y “lavan el cerebro”. Hay el contraste de un testimonio de Enrique Mendoza con imágenes aéreas de una concentración de 24 horas en la autopista y dos testimonios de Peña, con cosas que dijo en el pasado sobre la CTV y los partidos, así como también Carlos Ortega es ridiculizado y se le muestra contradiciéndose, especialmente en ¿la cotorra de los inocentes? Un ejemplo de la apelación a la autoridad es una cita de Pérez Alfonso, en la cual crítica acerbamente a los ejecutivos de PDVSA en 1978.

“

Los mensajes de cierre del chavismo son uno en el cual pretenden contrarrestar el Firmazo con Asambleas de Ciudadanos, “sin presiones, sin depósitos”, y uno en el cual le piden a la gente mantenerse firme y no firmar.

”

Continúan con los testimonios “Ahora PDVSA es de Todos” y hay una ofensiva de Contacto con la Realidad: reactivación de actividades en la UCV, denuncia contra un alcalde por el derecho a la educación, varios más de petición de clases, acusaciones de sabotaje en PDVSA, denuncia de agresión con armas de fuego contra personas en Refinería de Cardón, atentado contra gerente de Informática de PDVSA Occidente, posterior denuncia de cómo este gerente quien denuncia sabotaje es víctima de un atentado, una acusación del Ministro de Educación contra los medios de comunicación a los cuales llama antidemocráticos, testimonios de trabajadores en pro de la actual PDVSA, Carlos Escarrá explicando por qué no procede el consultivo, otra denuncia de sabotaje en PDVSA y respaldo popular, entrega de escuelas por el Ministro Iztúriz, reactivación de la IV Planta de la Refinería de Punta Cardón, enfermera del Hospital Vargas pronunciándose en contra del paro, la comunidad toma una escuela en Caricuao y un problema entre el periodista José Domingo Blanco y el ministro de Finanzas, Tobías Nóbrega.

Los mensajes de cierre del chavismo son uno en el cual pretenden contrarrestar el Firmazo con Asambleas de Ciudadanos, “sin presiones, sin depósitos”, y uno en el cual le piden a la gente mantenerse firme

y no firmar: dan los trancazos, sabotaje a PDVSA, piden dinero para un referéndum ilegal, marchas violentas, secuestran tus alimentos y la educación de tus hijos, pretenden engañarte con un supuesto firmazo, “sigue firme, no firmes”.

Por último, observamos el uso de algunas de las técnicas de propaganda mencionadas en el marco teórico: a. apelación a la autoridad, por ejemplo en la cuña que cita a Pérez Alfonso para descalificar a los petroleros; b. Vagón de cola e inevitabilidad de la victoria (unanimidad y contagio) en las cuñas sobre marchas y concentraciones; c. simplificación, presente en muchas cuñas, con el ejemplo de la cuña en la cual el martillo del juez se transforma en la hoz y el martillo, símbolo universal del comunismo; d. generalidades brillantes o palabras virtuosas, en cuñas que resaltan valores positivos que toda persona suscribe; e. Transferencia y contaminación, como por ejemplo la cuña en la cual se expresa que la Coordinadora Democrática es en realidad Acción Democrática; f. Nominación, cuando se llama nazis, fascistas y racistas a los opositores; g. ridiculización, en cuñas como algunas de las de ataque a Chávez, las de ataque a Juan Fernández, a Carlos Ortega, a Peña; h. definición del enemigo, en un caso, el presidente, en el otro, los “golpistas”; i. el hombre de la calle, o cuñas en las cuales se acude al testimonio popular; j. humanización, o la cuña de los niños y no a la violencia; k. humanización de los líderes, como en la cuña en la cual Chávez intercambia pareceres con un soldado; l. denuncia, como en la cuña en la que se acusa al gobierno de entregar la plataforma deltana; m. terror, como en las cuñas en las cuales se asocia al gobierno con el comunismo (hoz y martillo y acostumbrarnos a Cuba); n. exageración, desfiguración, omisión selectiva, por ejemplo en la cuña en la cual se minimiza una concentración de la oposición en la autopista, usando imágenes aéreas y la voz en *off* Mendoza; ñ. mentira abierta, que suponemos fue usada en más de una oportunidad, pero para lo cual tendríamos que contar con elementos de los cuales no disponemos actualmente; o. contradicción: las cuñas en las que se utilizan declaraciones anteriores que contradicen las posiciones actuales, como en los casos de Chávez y de Peña; Intriga, como en la cuña que decía “el 28, el 28, ¿que pasa el 28?”, para luego anunciar algo realmente no relevante, pero haciendo cumplir el objetivo de crear desasosiego y expectativa en el adversario chavista.

2.2.2. Evaluación de las cuñas

Al efectuar la calificación de las cuñas, a los estudiantes se les pidió que calificaran cada mensaje en un continuo del 1 al 9, donde 1 significa *no me gusta nada*, 9 significa *me gusta mucho*, y 5, calificación intermedia, significa *ni me gusta ni me disgusta*, tomando en cuenta para la calificación las variables: comprensión-originalidad-creatividad-producción-impacto. Es de hacer notar que como una mayoría de estudiantes, en una pregunta control, dijo que revocaría el mandato del Presidente, se extrajo la media de las calificaciones de los estudiantes que ratificarían la Presidente, para términos comparativos (el primer grupo lo constituyen todos los evaluadores: los que ratificaron al Presidente, los que lo revocaron y quienes no se pronunciaron, un tercer grupo). Ese resultado se puede observar en la *Tabla # 4*.

Cuando se observa la evaluación de todos los estudiantes, resalta que la mayor parte de las cuñas mejor evaluadas son de la oposición. Esto nos conduce a establecer la evaluación de las mejores cuñas entre el grupo de estudiantes que ratificó al presidente en un hipotético revocatorio. En el grupo completo, la cuña mejor evaluada es la de los niños, en blanco y negro, rompiendo fotografías con imágenes de hechos tristes o violentos y con la canción de fondo cuyo estribillo es "y decimos no a la violencia". Esta cuña obtuvo una calificación de 8,38 sobre nueve. Es interesante notar que entre los opositores obtuvo 8,70 y entre los ni-ni obtuvo 9, mientras que entre los chavistas su calificación fue de sólo 6,40 (lectura de la *Tabla # 5*). La segunda cuña mejor evaluada es la cuña de la lengua es el castigo del cuerpo, versión 1, con 8,07. Esta propaganda, originalmente un segmento del programa de Orlando Urdaneta, presenta a Chávez en su arenga vestido de militar en La Carlota, y luego, a cada frase, como por ejemplo, que salgan a la calle, se le contraponen una imagen alegórica. Es una ridiculización bien lograda. Esta cuña obtuvo 8,36 entre los opositores, sólo 5,67 entre los chavistas y 8,33 entre los ni-ni. La tercera cuña mejor evaluada en el grupo completo es la de los Hermanos Peleados (7,97). Una cuña en la cual dos hermanos gemelos, uno en cada bando, discuten acerbamente, con el resultado de que uno de los dos resulta muerto en una manifestación. Es un llamado emocional al cese de la confrontación bastante eficaz: 7,84 en los antichavistas, 8,20 en los chavistas y 8,50 en los ni-ni. La cuarta cuña propagandística me-

Tabla # 4
Cuñas propagandísticas mejor evaluadas

Todos los evaluadores		Evaluadores pro-gubernamentales	
Cuña	Media		Media
1. Niños-no a la violencia	8,38	1. En esta navidad (J. Fernández-lego)	8,75
2. La lengua es el castigo del cuerpo 1	8,07	2. Unidos por Venezuela	8,75
3. Hermanos peleados	7,97	3. ¿La cotorra de los inocentes?	8,50
4. La maleta	7,85	4. Sala de cine	8,50
5. No hubo pelea	7,69	5. Fascism mind	8,25
6. Manual para que un soldado venezolano	7,57	6. Hermanos peleados	8,20
7. Diversidad de productos	7,52	7. Eran dos tipos	8,00
8. Béisbol	7,47	8. Abrazo de paz	8,00
9. Abrazo de paz	7,41	9. Canción Venezuela	7,83
10. Unidos por Venezuela	7,39	10. AD- Coordinadora Democrática	7,60
11. Siempre hemos sido tus ojos	7,38	11. ¿Quién paga el paro?	7,50
12. Chávez la soberanía 1	7,38	12. Carlos Ortega	7,40
13. Hemos viajado juntos	7,37	13. Entrevista BBC World	7,40
14. Manual para reconocer un soldado	7,35	14. Lo que callan los medios	7,33
15. La lengua es el castigo del cuerpo 2	7,31	15. Peña 2	7,25
16. Ella-La TV 1	7,29	16. Contacto con la realidad 25	7,25
17. Chávez adelanto de elección 2	7,27	17. Halar para su lado	7,20
18. Chávez adelanto de elección 1	7,21	18. La historia de un monstruo	7,20
19. Cuando hagan callar un medio	7,19	19. Crisis creada por la Banca	7,20
20. Un minuto de silencio	7,15	20. Rigoberto Menchú- Paz 2	7,00
21. En esta navidad (J. Fernández-lego)	7,15	21. Menchú-Anan Paz 1	7,00
22. Las riquezas naturales	7,14	22. Manual para reconocer un soldado	7,00
23. Cansado de andar	7,10	23. Peña 1	6,83
24. Eran dos tipos	7,03	24. Promoción Ortega	6,80
25. Si no fuera por la voz	7,00	25. Testimonio Mendoza	6,75
26. Hace caer un presidente	7,00	26. Extra Extra	6,67
27. Aguinaldo Fundación La Salle	7,00	27. Las mañanitas	6,67
28. Richard Paz	7,00	28. Piensa 10" en algún producto	6,67
29. Marisela es mi país	6,90	29. Un momento de reflexión 2	6,67
30. Chávez la Soberanía 2	6,90	30. Gandhi- Paz 3	6,67
Base	40*	Base	6*

* No todos los estudiantes evaluaron todas las cuñas, pues esto se hizo en varias sesiones

mejor evaluada es La Maleta (7,85), simple y eficaz, en que una niña a la cual el presidente le pregunta que le trajo el Niño Jesús contesta "una maleta", la cual es para que Chávez se vaya: 8,38-5,17-8,75, respectivamente.

El quinto lugar lo ocupa No hubo pelea, con la escena del juego de futbolito en la autopista de Pardos del Este (7,69). 8,05-6,60-6,50. En sexto lugar, "Manual para que un Soldado venezolano Reconozca a un Civil venezolano" (7,57) ya reseñada antes: 8,00-5,50-8,33. Séptimo lugar para la cuña de la diversidad de productos, de Globovisión (7,52) cuña en que subyace el mensaje de que la diversidad es consustancial a la economía de mercado y

a la democracia: 7,68-6,00-9,00. El octavo lugar lo ocupó la cuña de Televisión "Béisbol" (7,47), que destaca la necesidad de deponer actitudes y ser un solo equipo, como en la rivalidad Caracas-Magallanes, cuando vamos a la Serie del Caribe (7,47): 7,74-6,60-6,50. La novena cuña mejor evaluada fue "Abrazo de Paz", versión canal ocho, (7,41) con las dos mujeres de la autopista de Prados del Este: 7,16-8,00-8,25. El último lugar del ranking de las diez mejores es la emitida por el canal oficial "Unidos por Venezuela" (7,39), una animación que presenta a dos venezolanos, uno en cada bando, insultándose y peleando, con el resultado de que destruyen el mapa del país, que se dedican a recons-

Tabla # 5
Comparación de las medias de las 20 cuñas mejor evaluadas

Cuña	Revoca	Ratifica	NS/NS	Total
	Media	Media	Media	Media
1. Niños-no a la violencia	8,70	6,40	9,00	8,38
2. La lengua es el castigo del cuerpo 1	8,36	5,67	8,33	8,07
3. Hermanos peleados	7,84	8,20	8,50	7,97
4. La maleta	8,38	5,17	8,75	7,85
5. No hubo pelea	8,05	6,60	6,50	7,69
6. Manual para que un soldado venezolano	8,00	5,50	8,33	7,57
7. Diversidad de productos	7,68	6,00	9,00	7,52
8. Béisbol	7,74	6,60	6,50	7,47
9. Abrazo de paz	7,16	8,00	8,25	7,41
10. Unidos por Venezuela	7,17	8,75	7,25	7,39
11. Siempre hemos sido tus ojos	7,92	5,17	7,50	7,38
12. Chávez la soberanía	7,63	6,17	7,75	7,38
13. Hemos viajado juntos	7,57	6,00	8,50	7,37
14. Manual para reconocer un soldado vene.	7,50	7,00	7,00	7,35
15. La lengua es el castigo del cuerpo 2	7,96	4,80	6,75	7,31
16. Ella-La TV 1	7,68	5,50	7,50	7,29
17. Chávez adelanto de elección 2	7,52	6,00	7,50	7,27
18. Chávez adelanto de elección 1	7,74	5,00	7,50	7,21
19. Cuando hagan callar un medio	7,92	3,75	6,25	7,19
20. Un minuto de silencio	7,60	4,00	7,50	7,15
Base	30*	6*	4*	40

* No todos los estudiantes evaluaron todas las cuñas, pues esto se hizo en varias sesiones

truir en la última parte de la cuña: 7,17-8,75-7,25. Como se puede observar hay ocho cuñas de la oposición y dos del gobierno en esta lista de diez.

Entre los chavistas las diez mejor evaluadas son: en primer lugar "En esta Navidad" (8,75) que presenta a Juan Fernández, una de cuyas explicaciones, con una especie de lego o similar, es trastocada con una voz infantil para presentarlo como el ambicioso que se queda con casi todo; en empate con esta cuña está "Unidos por Venezuela" (8,75). En tercer lugar, "¿la Cotorra de los Inocentes?" (8,50), que muestra a Carlos Ortega contradiciéndose, en empate con "Sala de Cine" (8,50) con imagen de un cine en el cual pasan mensajes de la oposición a ritmo vertiginoso, con caras de líderes del paro y Carlos Andrés Pérez recorriendo la pantalla y con el mensaje "la mayoría no se deja hipnotizar".

El quinto lugar en este sector de estudiantes lo ocupa "Fascism Mind" (8,25), a la cual ya nos referimos anteriormente. En sexto lugar (8,20) está "Hermanos Peleados", mensaje de la oposición. En séptimo lugar, "Eran dos tipos" (8,00), una burla a Ortega y Fernández que los asocia con Carlos Andrés Pérez y usa como fondo una canción infantil "Hola Don Pepito, Hola Don José", adaptada para la ocasión. En octavo lugar (8,00) el "Abrazo de Paz" ya referido. En noveno lugar la "Canción Venezuela" (7,83) con la ya conocida letra sentimental e imágenes sobre el país. El décimo puesto (7,60) es para "AD-Coordinadora", en la cual se presentan imágenes de líderes adecos o ex adecos, que están hoy en actividades en la Coordinadora, con el fondo del himno de ese partido desafinado y luego la afirmación de que la Coordinadora Democrática es más bien Acción Democrática.

Es importante señalar, además que en general, la propaganda fue evaluada con bajas calificaciones: sólo 28 cuñas alcanzaron calificaciones de 7 ó más, 291 –más de la mitad- obtuvieron calificaciones menores a 5 –punto intermedio que significa ni me gusta ni me disgusta- y 148 –casi 30 por ciento-, obtuvieron calificaciones menores a cuatro, es decir, fueron observadas como pobres o pésimas.

Una segunda manera de abordar el asunto es calibrar la recordación o *recall* de las cuñas. En la *Tabla # 6*, se presenta las cuñas que fueron recordadas espontáneamente más por los estudiantes, en números absolutos, *antes* de ver las cuñas en el aula. Sólo se considera aquel mensaje

identificado inequívocamente, pues algunos eran muy similares. Es interesante notar que no todos los mensajes mejor evaluados están entre los más recordados y viceversa. Esto nos sugiere que los que cumplen las dos condiciones son la mejor propaganda hecha durante el paro: "Niños-no a la violencia", "la Lengua es el castigo del Cuerpo" 1, "Manual para que un Soldado venezolano reconozca a un Civil venezolano", "Manual para Reconocer a un Soldado venezolano", "En esta Navidad" (Juan Fernández-lego), "Ella la TV1" (historia de la TV) y "Marisela es Mi País", están todas entre las 30 primeras y entre las más recordadas. Esto, por supuesto, no considera otros tópicos importantes, como la eficacia del mensaje, su técnica como propaganda política y el hecho de que la muestra de estudiantes no se puede extrapolar al universo de personas en el país y eran mayoritariamente antibernamentales.

Por lo que se refiere a la evaluación cualitativa, efectuada según dinámica de grupo con los mismos estudiantes, se efectuaron con el fin de complementar la evaluación cuantitativa, para obtener expresiones o *verbatim* sobre las cuñas propagandísticas y las razones de su escogencia. Se evaluaron las cuñas que más gustaron, tanto del gobierno como de la oposición y por qué se escogía una determinada pieza. En cuanto a las cuñas del gobierno, los estudiantes seleccionaron básicamente las que emitían un mensaje por la paz y algunas cuñas de ridiculización del adversario y de contradicción, con la observación de que muchos dijeron que la producción en general era pobre:

"A mí me gustaron bastante en la que aparece un mensaje por la paz, que aparece Sai Baba, Confucio, que están transmitidas por el canal ocho, pero tienen un mensaje neutral, sin ninguna radicalización o mensaje político implícito sino que

son cuñas que tratan más bien de apuntar a algo que necesita el país que es la tolerancia y la convivencia”.

“A mí me gustó la del mapa, se destruye el mapa y después lo van reconstruyendo poco a poco. Ella refleja que en vez de destruir a Venezuela unámonos y saquémosla adelante”.

“La que le ponían una máscara a Carlos Ortega y Carlos Fernández, que pegaban un grito, o algo así. Fascism mind. De manera que la gente se diera cuenta de que ellos, como parte de la oposición también estaban llevando a una crisis”.

“Del gobierno me gustó donde sale Alfredo Peña, que dice una cosa en el 98 y el espejo al frente que refleja el doble discurso que ellos han manejado, como ellos han transformado su manera de pensar”.

“La ‘hola Don Pepito, hola Don José’. Me parece que la apelación al humor fue perfecta en un momento en que el gobierno, precisamente por estrategia, necesitaba ridiculizar a los dos personajes”.

“A mí me gustó la de Carlos Fernández cuando se fue el 31 de diciembre a Aruba, que era un momento muy particular donde la familia venezolana en general estaba muy consternada de lado y lado y me pareció que tuvo un impacto bastante bueno”.

“A mí la que más me gustó fue la de Juan Fernández con el lego, porque a mí, en lo personal, me parece que refleja exactamente lo que yo pienso acerca de ese personaje. Me identifico mucho porque justamente es eso: te están vendiendo una imagen de que queremos salvar a esta patria pero en el fondo hay intereses que sabemos que en cualquier momento van a saltar a la luz pública”

“Me gustó la del *Grinch* porque es una comparación de Carlos Ortega como que no quiere la navidad y acaba la navidad y de verdad pudieron ridiculizar a ese personaje en una forma muy creativa”

Sobre las cuñas de la oposición, los estudiantes también seleccionaron básicamente en esta fase las que emitían un mensaje por la paz y algunas cuñas de ridiculización del adversario y de contradicción y, en general, encontraron un nivel de producción mejor:

“Me gustaron todas donde sale Chávez diciendo lo contrario de lo que está ha-

Tabla # 6
Recall de las cuñas
(hasta tres menciones espontáneas)*

Cuña	Fr.
1. Historia de un fracasado (op.)	5*
2. Manual para que un soldado... (op.)	5
3. Niños-no a la violencia (op.)	4
4. La lengua es el castigo... 1 (op.)	4
5. Fascism Mind (gob.)	4*
6. Manual para reconocer un... (op.)	4
7. Marisabel de Chávez (op.)	4
8. En esta Navidad (J. F. lego) (gob.)	4
9. Ella-La TV** (op.)	3
10. Marisela es mi país (op.)	3
11. La Santa María está abajo (op.)	2
12. Hay fuego en el 23 (gob.)	2
13. Mohamed Merhi	2
14. Marcha de los medios	2
Base	40

* Se colocan las cuñas que obtuvieron al menos dos menciones.

** Primera versión

ciendo ahora, en la campaña del 98. Me parece excelente el trabajo de investigación que hicieron”.

“Donde aparece la parte de la oposición y del oficialismo que están dos muchachos que se abrazan. Y también está donde sale una muchacha abrazando a una señora del oficialismo que creo que están en Prados del Este. Igual esas de los llamados a paz que sacaron varias”.

“Especialmente la de ‘la lengua es el castigo del cuerpo’, donde sale el presidente hablando. Hay una que dice que salgan a las calles, que hable el pueblo, porque el incita a la gente y el pueblo ahorita lo está haciendo”.

“A mí me gustan unas cuñas que sacó Televén, que son una serie de cuñas con sus figuras más conocidas, Bruno Burger y otras personas. Me gustan porque no tienen un mensaje político intrínseco y en cierta medida pueden ser dirigidas tanto a los seguidores del gobierno como de la oposición”.

“Manual para identificar a un soldado venezolano, porque es cuando se está tomando en cuenta a otro sector de la población,

como es el de los militares. Tratar de impulsarlo desde la base, que en todo caso sería la mayoría, que serían los soldados. Tratar de impulsar desde allí esa insurrección que fue lo que les faltó para culminar exitosamente el paro”.

“La primera es la de los niños rompiendo las fotos, que aparece en blanco y negro, explota muy bien lo que es la parte emocional y es una propaganda que tu la ves y la retienes, así la veas una sola vez”.

“La que explota la parte del humor, en donde el presidente tiene una niña sentada en sus piernas y la niña pide una maleta como regalo del Niño Jesús y le dicen ‘presidente la maleta es para que usted se vaya’”.

“Como reconocer al civil y al soldado venezolano. Me pareció que estaban muy bien hechas y el mensaje era muy bueno. Era como decirle a la gente de los dos lados, tanto los civiles como los militares, nosotros somos iguales, lo único que nos diferencia es que tú tienes un arma y yo no. De resto todos somos iguales. Creo que fue lo que más me impactó”.

“A mí me gustó mucho y me llegó mucho la de las marcas, de los periódicos, los productos, las cremas dentales y los canales de televisión, porque en esos momentos en que independientemente de las diferencias de marcas, eso es un reflejo de lo que es un mercado, es un reflejo de la vida del venezolano, a pesar de todas las diferencias que hay. Los publicistas utilizaron esa idea para reflejar ‘esa es la sociedad que habría de unirse ante un momento de crisis’”.

“De las propagandas de la oposición las que más me gustaron fueron aquellas que iban a resaltar el discurso de Chávez, todas las cosas que decía, que si un pueblo no quiere a un presidente hay que hacer un referéndum para sacarlo”.

“Me llegó mucho una de Globovisión donde sale un periodista que termina amarrado con su micrófono y era relativa a la libertad de expresión, a la libertad de los medios”.

“A mí una de las que más me gustó fue una de Televén que hacía uso del símbolo de los eternos rivales Caracas-Magallanes, como para decir que hasta en eso hay un momento que ya no puedes ser rival, estaba como incitando a la paz”.

“De la oposición me gustó la propaganda de los dos hermanos, porque allí se involucra el sentimiento de la sociedad,

que no queremos violencia, no queremos más muertes, no queremos que corra más sangre”.

“Me gustó mucho la de la bandera, la de la franja roja, ‘que no crezca más esta franja’. Me parece que es sencilla, directa, excelente esa propaganda”.

“La que más me gustó fue la de ‘fracasó’ porque reúne la característica de la repetición. Y repetía en pocos segundos muchas de las cosas en las que ha fracasado Chávez en su gobierno y lo hacía cada vez más rápido... Me impactó y a mucha gente que conozco, también”.

Sobre las cuñas que menos gustaron, del gobierno, hubo variedad, desde señalamiento por pobre producción a mal manejo del medio, como excesiva duración, por ejemplo:

“Los payasos, 1 y 2... Mal el sonido, mal el mensaje, no estaban coordinados. Creo que esto es lo peor que se ha visto en televisión en muchos años”.

“A mí me parecieron patéticas aquellas en las que salían un cuadrito con unos diseños navideños, unos venaditos y pasaban una campanita sonando y un mensaje navideño. Me pareció espantoso, realmente fastidiosísimo”.

“Contacto con la realidad fue una serie de propagandas muy malas. Para empezar, de qué realidad hablan. Y entonces sólo ponían las posturas de ellos y quiere decir que si tú no estabas de acuerdo con eso no estabas en la realidad. Y eran demasiado largos, con muy mal sonido y muy tediosos. Nadie se iba calar doce minutos o el tiempo que fuera escuchando eso”.

“La del mensaje navideño de Chávez, que era solamente un texto con unas letras muy pequeñas y que era eterno. Siendo Chávez una persona tan de imagen física, gesticulación y de verbo hablado, me pareció insólito que colocaran un texto escrito y sólo el texto y más nada. Creo que eso fue una pifia horrible”.

“Noticias en positivo me sacó la piedra desde el primero hasta el último, porque eran muy largas. Entonces, uno en los primeros diez segundos lo toleraba, pero en lo que se extendía a minutos ya no le paraba más, ni en lo mínimo. Igual que los boletines del Ministerio de Energía y Minas”.

En relación con la propaganda de la oposición que menos gustó, puede afirmar-

se que en la variedad de aspectos, tal vez destacó el cansancio por la monotonía de las convocatorias a marchar y similares:

“A mí las que menos me gustaron fueron las de marchas porque si bien al principio el recurso era bueno, llegó un momento en que ya cansaba, que ya llamaban a marchar otra vez, que lleva tus pancartas, tus pitos, recarga tu baterías. Además la voz de la mujercita siempre, era insoportable”.

“A mí la que menos me gustó fue la del trancazo, que le decía a la gente ‘tranca tu calle, tranca tu vía, no dejes pasar a nadie’. Me pareció que estaban haciendo cosas en contra de la ley así abiertamente, como si fuera algo muy normal”.

“Por ejemplo la de los militares. ‘Manual de un soldado venezolano’ y la de la señora que le da vergüenza decir que su hijo es militar... Hay una cosa que es muy importante: en todo este movimiento los militares han pasado a formar parte de la contienda política. Y en un momento se apoyan en ellos, tanto es así que hablan de la Plaza Francia de Altamira ¿Cómo es eso de que si tu apoyas al militar vas a decir que es una vergüenza? Hay una contradicción y creo que eso es grave”.

“A mí me pareció una que era la de ‘Santa María, ruegas por nosotros’, Cómo utilizaron la Virgen, un rezo... como recurso para llamar al paro y bajar las santamarías ¿Cómo van a utilizar un recurso religioso para bajar una santamaría?”.

En líneas generales, los estudiantes dicen que su opinión no fue modificada por la propaganda, tanto gubernamental como de la oposición:

“El efecto fundamental era perturbación. Llegó un momento en que no quería ver televisión. 24 horas al día un noticiero y en los *breaks* eran propagandas y la frecuencia de ellas que era una cuestión exagerada, me perturbaban”.

“Yo al principio sí estaba como pegada a la televisión todo el día y toda la noche, no por mí sino por mi familia. Un día me pareció que se me iba a torcer la cara y fui al médico y él me recomendó que dejara de ver televisión... Y creo que a partir del dos o tres de enero dejé de ver televisión, porque si no estuviera loca”.

“Yo durante esos días casi no vi televisión. También tengo cable y me ponía a ver películas, pero por lo general siempre estaba en la calle, salía. Pero lo poco que

veía, de noche, realmente creo que la propaganda de cualquiera de los dos lados, sea del gobierno o de la oposición, causaron zozobra, porque tú las veías y no sabías a quien creerle...”.

“A mí me parece que generó muchísimo stress tanta propaganda de ambos lados. Y a las personas que estaban en equis bando, las propagandas del otro bando les causaban más rabia todavía. A mí me llegó a pasar que de hecho veté el canal ocho de mi televisor porque me tenía alterada la propaganda de allí. En el caso de la oposición era que a veces la violencia como que pegaba, por lo menos lo que pasó en Altamira, hacían como que se moviera esa parte sensible de la rabia, la tristeza por lo que estaba pasando en el país”.

“De afectar mi posición política o mi actitud frente a la realidad que estábamos viviendo no, el bombardeo de propaganda no lo hizo, pero si me dio una reflexión de lo que estaba pensando esa mayoría o como se estaba desplazando esa mayoría de acuerdo a los acontecimientos que se venían suscitando... en una batalla sin cuartel y eso definitivamente me dio una reflexión. No modificó mi manera de pensar pero si reflexioné sobre que tan difícil es sostenerse en un punto intermedio y no verse afectado”.

“A mí lo que me sucedió con la propaganda fue que llegó un momento en que comenzó a generarme rechazo porque yo siempre traté como de ver la propaganda de los dos lados, para hacer una comparación y tratar de mantenerme en una posición no digamos neutral pero sí, entre comillas, ‘objetiva’, pero llegó un momento... en que simplemente dejé de ver propagandas. Eso fue básicamente lo que produjo en mí el bombardeo de propaganda”.

“Más que cambiar, lo que hice fue reforzarme, ni siquiera las de la oposición, sino las del chavismo, porque me hicieron darme cuenta... que lo que estoy haciendo está bien”.

“En lo particular, el hecho de ver estas propagandas no varió en ningún momento mi posición, independientemente de que me gustara una u otra del gobierno o de la oposición, pero siempre estuve así, no cambió la posición que yo tenía”.

“Yo creo que hubo una saturación. En mi caso yo me saturé de una manera que me fue acercando al bando del ni-ni, aunque

mi posición no ha variado en cuanto a lo que pienso del gobierno, pero sí en cuanto a lo pienso de la oposición. En mí ha generado un rechazo”.

“Yo pienso que a ninguno de nosotros le varió su manera de pensar. Pero de repente sí era para cambiar otro tipo de gente”.

3. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Como se ha señalado en este trabajo no se pretende realizar un análisis del uso de los medios de comunicación como propagandistas de causas, sus implicaciones éticas o un análisis de causas y consecuencias del paro nacional. El objetivo del estudio era analizar el formato del spot o cuña, propaganda blanca, abierta e identificable del resto de la programación. Así que este aparte, esencialmente, se refiere a ese tópico.

Indudablemente, el hecho está en que la programación se alteró y esto se reflejó en el espacio normalmente dedicado a la publicidad de productos y servicios, que fue sustituida por más de 500 spots propagandísticos, sin contar algunos que se nos pudieron escapar. Contra lo que podría pensarse, el canal del Estado no se quedó muy atrás en el bombardeo, si comparamos sus totales con las cuñas emitidas en los canales comerciales. Eso sí, es un canal, de escasa sintonía, en contra de los canales privados que, restando la sintonía de los canales por suscripción, se queda con el mayor encendido.

La propaganda durante el paro fue dominada, como era de preverse, por mensajes centrados en lo que definimos como un eje de *controversia política y paro*, que representó casi 70 por ciento de las cuñas grabadas para esta investigación. La oposición centró su ataque en el Presidente, los militares, la promoción de las marchas, una estrategia que fue variando de pedir elecciones, renuncia, referéndum consultivo y, al final, un Firmazo, la demostración de la violencia del gobierno, tópicos como la defensa de los petroleros y los marinos mercantes y la intención de transmitir la sensación de éxito del paro; . Por el lado del gobierno se atacó a los dirigentes del paro, se les asoció con Carlos Andrés Pérez, se atacó a la PDVSA del paro y se acusó de sabotaje, se defendió a la FAN desde su perspectiva, se atacó a los medios de comunicación, se defendió la obra de gobierno, se promovieron las marchas, usando algunos mensajes de contra propaganda y la intención de transmitir la

sensación de normalidad. Estos esfuerzos, tanto del gobierno como de la oposición, no siempre estuvieron bien coordinados, notándose, especialmente en el caso de la propaganda de la oposición, una ausencia de autoridad central, lo que lógicamente se espera por los múltiples sectores que confluían, pero no excusa la ausencia de una unidad de criterios.

Si nos atenemos a los resultados del paro, la oposición no logró sus objetivos, aunque difícilmente podría considerarse que la propaganda iba a ser un factor decisivo en el desenlace. Si nos atenemos a los números proporcionados por los estudiantes que evaluaron, la propaganda reafirmó a los ya convencidos. El hecho está, además, en que los spots eran incluidos en canales que mayoritariamente estaban viendo quienes ya tenían una posición tomada. Más bien podría pensarse, y algunas opiniones dadas en los *focus groups* con los estudiantes así lo hacen entrever, que se produjo una sobresaturación en la audiencia con posible efecto *boomerang*.

De esta experiencia podemos afirmar que se extraen lecciones sobre el uso de la propaganda. Sin entrar a considerar lo que son estrategias globales en la lucha por el poder que, repetimos, no es objetivo de este trabajo analizar, se puede afirmar que esta manera de enfocar el problema, con uso de los medios con propaganda abierta en situaciones como la descrita, no alcanza efectos tangibles. Y no se olvide que propaganda no es sólo la que reconocemos como tal en el aviso o en la cuña, según la tradición con la que aprendimos a manejar el término, la de las campañas electorales. Es algo que tiene más aristas. Como por ejemplo, abrir estudios de comunicación social para estudiantes sin cupo y formarlos como comunicadores alternativos, léase más bien propagandistas o, como ya lo hemos señalado desde hace más de un año, la suerte de lo que hemos denominado *Guerra Fría Tardía*, cuando ya los protagonistas la declararon oficialmente terminada, pero que en esta tierra de gracia, vía operaciones psicológicas, tiene elementos que recuerdan aquellos episodios, como la presencia visible y no tan visible de países, personas y procedimientos. Pero eso es ya tema para otros trabajos, así como el uso de los medios en la parte que corresponde a la programación no publicitaria.

■ **Iván Abreu Sojo**
Doctor en Ciencias de la Información y profesor titular de la
Universidad Central de Venezuela

Agradecimientos

El autor expresa su agradecimiento al señor Rubén Romero, quien editó las cuñas con gran esmero y profesionalismo y a la estudiante Adriana Duarte, quien hizo las fotografías que acompañan este trabajo con magníficos entusiasmo y calidad.

Notas y referencias bibliográficas

- Abreu Sojo, Iván (2000). "Evaluación postelectoral de la propaganda electoral televisada de las campañas de 1998". En Bisbal, Marcelino (comp.). *Antropología de unas elecciones*. Ediciones UCAB. Caracas.
- Cammarota, Andrés (1975). *Propaganda y psicología social*. Edit. Boedo. Buenos Aires.
- Domenach, Jean-Marie (1971). *La propaganda política*. Eudeba. Buenos Aires.
- Durandín, Guy (1995). *La información, la desinformación y la realidad*. Edit. Paidós. Barcelona.
- González Llaca, Edmundo (1981). *Teoría y práctica de la propaganda*. Edit. Grijalbo. México.
- Herreros Arconada, Mario (1989). *Teoría y técnica de la propaganda electoral*. Promociones y Publicaciones Universitarias. Barcelona.
- Hidalgo Calvo, César (1986). *Teoría y práctica de la propaganda contemporánea*. Edit. Andrés Bello. Santiago de Chile.
- Mucchielli, Roger (1977). *Psicología de la publicidad y la propaganda*. Edit. Mensajero. Bilbao.
- Psychological Operations Field Manual N° 33-1* (1979). Department of Army. Washington.
- Reyzábal, María Victoria (1999). *Propaganda y manipulación*. Edit. Acento. Madrid.
- Tchakhotine, Serge (1979). "El secreto de Hitler: la violencia psíquica". En de Moragas, Miquel (comp.). *Sociología de la comunicación de masas*. Edit. Gustavo Gili. Barcelona.
- Verón, Eliseo (1968). *Lenguaje y Comunicación*. Edit. Jorge Álvarez. Buenos Aires.

1 Consultar bibliografía

2 Para las referencias se remite a la bibliografía.

3 Characteristics of the content self-evident.



Galería de Papel. Fotografía: Nicolás Pineda.

Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información

El reto de centrarse

Todo el sistema de las Naciones Unidas ha venido organizando en los últimos años una serie de cumbres sobre la pobreza, la infancia, la mujer. Uno podría preguntarse ¿Por qué una cumbre sobre la Sociedad de la Información?

En efecto todas estas cumbres que ha llevado a cabo la Organización de las Naciones Unidas han tratado y, creo que en la mayoría de los casos con éxito, de focalizar y concitar el interés mundial en el contenido y la problemática de estos temas, y también -lo cual es todavía más significativo- el tratar de buscar soluciones, no solamente soluciones políticas, porque todos estos temas son de carácter político, sino también de prácticas, que son estos planes de acción que se han aprobado y tienen un sustento en la prédica del sistema de Naciones Unidas.

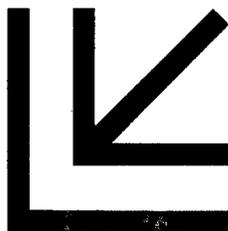
Yo creo que las cumbres han jugado un papel importante en la toma de conciencia por parte no solamente de los países, de los dirigentes de los países, de los jefes de Estado y jefes de gobierno, sino también como una forma de que la sociedad civil, la sociedad política pudiera incorporarse a un estudio detallado de los temas como medio ambiente, niñez, mujer, desarrollo social y ahora, Sociedad de la Información. Con esta nueva cumbre, que se desarrollará en dos fases, en Ginebra en diciembre de 2003 y en Túnez en el año 2005, lo que ha pretendido de nuevo es que se pueda centrar la atención del mundo en torno a un tema de vital importancia, en este caso, todo lo que tiene que ver con la información, la comunicación, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, su incidencia en el desarrollo, su importancia para los programas de cooperación y los programas de desarrollo. Además de la dimensión política, la dimensión económica, lo más importante es la dimensión social.

Como lo ha dicho la UNESCO, este proceso que estamos viviendo de grandes transformaciones en la información y la comunicación, por el motor importante que han sido las telecomunicaciones, la informática, la microelectrónica, la radio-



*Entrevista con Alejandro Alfonso.
Consejero de Comunicación
e Información para América
Latina de la Organización
de las Naciones Unidas para
la Educación, la Ciencia
y la Cultura (UNESCO), con
sede en Costa Rica.*

■ Andrés Cañizález



difusión -radio y televisión-, tiene que centrarse en la gente. Y esta es una forma incluso, no solamente de poner la información y la comunicación al servicio de la gente, sino también una forma de democratizar el conocimiento, de democratizar la información. Esta es la importancia de la cumbre, esto es lo que busca Naciones Unidas.

Hay una particularidad en esta ocasión. Cuando Naciones Unidas ha convocado a esta cumbre de Ginebra, el papel principal lo tiene la Unión Internacional de Telecomunicaciones y la UNESCO, a diferencia tal vez de la metodología de otras cumbres, es que acá se concibe una estructura de organización y de participación que tiene cuatro puntos. Estos cuatro puntos son: la participación de los Estados, naturalmente; la participación de las agencias de las Naciones Unidas; en tercer lugar la participación de las instituciones privadas, las empresas que tienen que ver con este mundo de la informática y de las comunicaciones; y, aquí está la gran novedad, hay una participación organizada, activa de la sociedad civil. Por eso se han dado muchos foros, particularmente impulsados por la UNESCO, dentro y fue-

en la gente

ra de América Latina, para motivar a la sociedad civil, en primer lugar, a participar, pero en segundo lugar también a recoger grandes deseos que tienen las organizaciones sociales de entrar a participar en la cumbre.

La UNESCO ha venido produciendo una serie de pronunciamientos y documentos de cara a esta cumbre. Resumidamente ¿Cuál piensa usted que es el aporte de la UNESCO en toda esta discusión dada la naturaleza de esta organización?

Uno de los primeros apuntes que ha hecho la UNESCO, y eso me parece que es definitorio, es que la información no es suficiente. Se habla de la Sociedad de la Información, pero como bien lo ha expresado el documento que hemos aludido, sino también los discursos emitidos por el director de la organización, por Koïchiro Matsuura, se insiste en que la información no es suficiente, incluso la información para todos no es suficiente. Hay que pasar a una etapa de mayor elaboración que tiene que ver con contenidos, tiene que ver con darle la dimensión social a ese acceso a la información y al carácter de esa información. Por eso se ha insistido en la UNESCO, en que no solamente es un debate sobre infraestructuras, sobre tecnologías, sobre nuevos desarrollos para buscar y distribuir información, sino, como lo ha dicho el director general, tiene que ser una discusión sobre la amplia dimensión social, cultural, económica, política e institucional que está provocando este cambio de las nuevas tecnologías.

La información forma parte de un proceso muy importante de la comunicación, mediante el cual las personas toman sus decisiones, pero ello tendría que ir a una dimensión mucho más profunda y por eso la UNESCO ha hablado no de la Sociedad de la Información, como fue inicialmente lanzada la idea, un poco para sintetizar lo que deparaba el temario y la importancia del tema, sino que la UNESCO ha hablado de la sociedad del conocimiento.

Esto comprende, como segundo reto

que se respete la inmensa diversidad cultural, las identidades culturales y todo lo que ello representa para la construcción del conocimiento y para la difusión del conocimiento. También hay que tomar en cuenta que una sociedad del conocimiento para ser tal debe promover, respetar los derechos humanos.

Se insiste, en tercer lugar, que incrementar y mejorar el flujo de información no es suficiente si se comprende que las oportunidades que ofrece tal desarrollo de las informaciones, de la tecnología, deben ser ampliadas mediante el aumento del conocimiento y sus implicaciones, y eso pasa por un proceso de educación, pasa por un proceso de democratización de esa educación, por un relanzamiento y una reestructuración de los procesos educativos. Sólo a través de estos procesos educativos, de las mejores oportunidades para que las personas, especialmente las personas que han estado excluidas tengan acceso a la información, a la educación y al conocimiento, que podemos realmente hablar que estamos frente a un proceso, a una revolución que puede beneficiar a todos, con equidad, con justicia, tomando en cuenta esas realidades.

La UNESCO ha señalado tres o cuatro grandes retos que tiene la cumbre de Ginebra. El primero es lograr un acuerdo sobre los principios comunes para la construcción de la Sociedad del Conocimiento, es decir, buscar un consenso y esto pasa por una negociación política y pasa por un amplio diálogo y que los cuatro sectores que van a estar allí representados puedan contribuir con esta búsqueda del consenso. En segundo lugar, la Cumbre de Ginebra, en opinión de la UNESCO, debe buscar promover el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación para el desarrollo de las capacidades, el conocimiento, la gobernabilidad y la participación social. El tercer punto que ha señalado la UNESCO como reto es que hay que fortalecer las capacidades para la investigación científica, la distribución de la información, fortalecer la creatividad, aumentar las posibilidades de un mayor intercambio entre las sociedades, y aquí se

apunta claramente a las universidades, a los centros que están creando conocimiento.

Y finalmente, el otro reto que señala la UNESCO, es la necesidad de incrementar a través de decisiones de la cumbre, las oportunidades de aprendizaje, a través del acceso a contenidos, el acceso a programas, a sistemas donde estén de alguna u otra manera conocimientos, y también a fuentes de información, de distribución de información, de fuentes de información, de acceso diversificado.

La Sociedad del Conocimiento tiene que ser una sociedad de oportunidades para todos y para todas y tiene que ser una sociedad para que la gente pueda estar mejor educada cuantitativa y cualitativamente y, por supuesto, una sociedad donde sus aspiraciones fundamentales en salud, en educación, en posibilidades de trabajo real, efectivo y seguro se vean colmadas. En otras palabras, si tenemos esta revolución que estamos viviendo en la informática, en las telecomunicaciones, en la microelectrónica y todo esto que se ha llamado la Sociedad de la Información, que es producto del ser humano, que es producto de procesos humanos, de la inteligencia humana, tiene que ser aprovechada en forma equitativa, en forma justa por todos los seres humanos.

Si uno lee los resultados de las reuniones preparatorias parece que están enfrentadas una visión que hace mucho énfasis en el tema de la infraestructura, y otra visión, defendida por las organizaciones de la sociedad civil, en el tema de los derechos ciudadanos ¿Cómo piensa usted que estas dos visiones podrían tener puntos de coincidencia, que es lo que uno podría esperar de una reunión donde no solamente se mantengan esas diferencias, sino que puedan confluir posturas como estas?

Ese es el esfuerzo y uno de los primeros retos que señala la UNESCO. En la Cumbre se debe hacer un esfuerzo para que se identifiquen los puntos de coincidencia. Otro aspecto sobre el cual la organización ha puesto especial énfasis es

que nos interesan mucho los contenidos y que esos contenidos tengan sentido en lo educativo, en lo cultural. No nos estamos metiendo en el caso de los contenidos de las informaciones, de los medios. No está por allí el debate. Es que las escuelas van a tener acceso a computadoras, como ya tienen algunas escuelas con recursos o algunas universidades, bueno, pero eso tiene que tener algún sentido. Por eso nos interesa que realmente se explicita ese sentido en políticas educativas, en políticas culturales y que eso ligue más a las personas a su propia realidad y a entender el entorno para poder actuar con propiedad en la transformación de ese entorno en la conservación de valores fundamentales.

Entonces yo creo que lo estructural y todo lo que tiene que ver con el desarrollo de una estructura es importante, por varias razones. En primer lugar porque el desarrollo tecnológico que puede plasmarse en una infraestructura, por ejemplo, de transportación de señales, o que debe plasmarse en equipamiento o en tecnología, tiene que tener una racionalidad y este es un aspecto que a mí particularmente me preocupa, es decir, que los países tienen que tener una capacidad de negociación en el momento en que se produce una explosión informática, de telecomunicaciones, de equipamiento, para que las compras de esos equipos, o lo que sería más adecuado, la transferencia de esa tecnología, se haga pensando no solamente en lo útil que puede ser esa infraestructura o ese equipo que se compre, sino también el cómo eso va a repercutir económicamente en nuestras sociedades.

Como bien lo ha dicho la UNESCO, nunca antes en la historia se había presentado una oportunidad como esta, donde estamos frente a unos procesos de cambios y de transformación muy importantes para que al menos en sus áreas de competencia: educación, cultura, ciencia y comunicación, se puedan hacer verdaderas transformaciones y verdaderos aportes. Lo que esto puede significar en términos de transformar el medio físico favorablemente, en términos de educación, en términos de salud, es realmente inconmensurable. Por eso creo que en definitiva, esto no nos puede llevar sino a centrarnos en la gente y este es el planteamiento que se ha venido haciendo en Naciones Unidas.

Históricamente investigadores venían alertando sobre lo que se podría avencinar como una categoría social en relación con la información: info-ricos, info-pobres. Recientes documentos de

la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y ahora también de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) llaman la atención sobre la brecha digital y esa relación con la problemática social de América Latina. ¿Qué políticas deberían seguirse para tratar de reducir o aliviar de alguna manera esa brecha?

Esa brecha hay que cerrarla porque si no la cerramos corremos el riesgo de que no solamente se amplíe, sino que sigamos repitiendo el esquema de dependencia que es el sistema centro-periférico, como se hablaba en su oportunidad, a partir de los discursos de CEPAL. Vamos a seguir siendo países entonces todavía más dependientes de los grandes centros de información, los grandes centros que tienen capacidad de producción de contenidos, de mensajes, que pueden ofrecer mejores oportunidades a más bajo costo al acceso a las nuevas tecnologías que se van a seguir produciendo.

Hay que reducir la brecha digital y se reduce precisamente con políticas que a partir de la Cumbre, incluso con iniciativas que hubo desde antes, y eso es lo que busca Naciones Unidas, que se echen a andar. Se trata de políticas consensuadas, democráticas, participativas en su diseño y que se ejecuten tomando ventaja de las propias tecnologías de la información y de la comunicación y que deben de buscar acceso para todos, a bajo costo, con una excelente calidad. Yo creo que los países de América Latina, particularmente, tienen que meterse en esta problemática para que las decisiones que se tomen tengan que ver con estas situaciones: bajo costo, democratización, calidad, una obsolescencia no planificada a tan corto tiempo, y sobre todo, que despierten una capacidad de negociación actuando conjuntamente.

Si los países de América Latina no van con un criterio unificado de cuáles son los puntos -al menos fundamentales- que tenemos que negociar para mejores condiciones en la transferencia tecnológica, para una planificación por lo menos a mediano plazo que nos permita desarrollar nuestra infraestructura y que no se quede obsoleta en corto plazo, un mayor aprovechamiento de los desarrollos tecnológicos de la información y de la comunicación en función de las necesidades prioritarias. Las necesidades prioritarias pasan por salud, por educación, por trabajo, pero también pasan por perfeccionar los mecanismos democráticos, perfeccionar la democracia, la participación ciudadana, el que podamos tener administraciones públicas,

no solamente más ágiles, que ya eso es bastante, sino honestas; y que sepan en la administración pública que el ciudadano ahora tiene una capacidad no solamente de una mayor conciencia de la importancia de la transparencia, sino que tiene mecanismos técnicos que le permiten tener acceso a la toma de decisiones, a los documentos y a hacer un seguimiento a, por ejemplo, el proceso de formación de una ley.

De allí que la UNESCO también ha venido en esta prédica, insistiendo en que no solamente la brecha digital se puede cerrar en base a estas políticas, en base a estos consensos, sino también tiene que haber un gran esfuerzo de educación, hay que "alfabetizar" a la población en el uso de las nuevas tecnologías. Ahora, esta "alfabetización", es mi opinión personal, tiene también que pasar, lo decimos con todo respeto, por la alfabetización del tomador de decisiones. Es decir, el tema de las telecomunicaciones, de la Sociedad del Conocimiento, de la informática, de la microelectrónica, y sus significados en el terreno político, económico y cultural, de esta revolución que estamos viviendo, tiene que estar en la mente de los tomadores de decisiones políticas.

Entonces, es importante que la alfabetización, para decirlo entre comillas, sea, por una parte educar a la población, y eso es un proceso inmediato y necesario, pero por otra parte alfabetizar a los tomadores de decisiones políticas para que puedan medir, calibrar, sentir la importancia que tiene esta revolución que estamos viviendo. O sea, no es una cosa de celulares, no es una cosa de pantallas planas de televisión, no es una cosa de bonitos programas para las computadoras, no. Esto tiene unas implicaciones muy profundas, donde, en definitiva, quien está en el centro de todo, si lo queremos así, es el ser humano.

Hay que adecuar el ordenamiento jurídico a todo esto que estamos viendo en función del ciudadano, en función de la democracia. Yo sí creo que debe haber un diálogo franco de la sociedad civil, de las universidades, de los organismos internacionales con el actor político y debe haber un proceso de "alfabetización" del actor político para que él haga una relación no como experto, porque el político no tiene que ser experto, entre la vinculación que hay entre lo económico, lo tecnológico, lo social y lo político. Todos estos son procesos políticos, en los que hay que tomar decisiones, hay que establecer prioridades y eso es hacer política, y este es un tema que no puede soslayarse.

LIBROS

LA AMBIVALENCIA DE LA MODERNIDAD

Zygmunt Bauman (Poznan, Polonia, 1925) probablemente sea el más desconocido de los grandes teóricos sociales contemporáneos. Y no sólo en España. Como ya ocurriera con otros como Norbert Elías, ha tenido que esperar casi hasta su jubilación para obtener el reconocimiento que merecía. Sólo después de obtener el Premio Theodor W. Adorno en 1998 comenzó a despuntar como uno de los grandes y casi imprescindibles pensadores de nuestros días. Quizá porque, como Thomas Hobbes, ha venido postergando hasta una edad madura la mayoría de sus grandes obras. O por su misma naturaleza de teórico ubicado en los márgenes académicos de Europa, primero en su Polonia natal y luego en la Universidad británica de Leeds. Tengo para mí, sin embargo, que su relativa invisibilidad a lo largo de tanto tiempo obedece sobre todo al carácter inclasificable de su obra, al hecho de no prestarse a ser enmarcado en una corriente o línea de pensamiento clara o convencional.

Su objeto de interés son los grandes temas de la teoría sociológica -la naturaleza de la modernidad y sus "ambigüedades", la cultura, los procesos de racionalización moderna, la globalización y sus consecuencias, la crisis del espacio público, el lugar de la ética en la sociedad y la política-. Pero siempre son abordados introduciendo en sus reflexiones algo así como un "giro personal", alguna idea suelta que desde los intersticios de las teorías más convencionales o conocidas sirven para complementarlas y elevarlas a un mayor nivel de abstracción y/o concreción.

En su libro *La cultura como praxis*, revisado en una extensa introducción después de haber aparecido por primer vez hace tres décadas, Bauman destaca dos acepciones distintas entre la esencial pluralidad de acepciones con las que se muestra el concepto de cultura. La primera nos la presenta como "instrumento de la continuidad"; es decir, al servicio de la rutina y el orden social, como regularidad y "modelo". Es el trasfondo sobre el que se edifica la coherencia social y, en tanto que relato moral, permite la integración de la "personalidad". Desde esta perspectiva, la cultura aparece como un "sistema". Los fenómenos culturales serían así componentes de totalidades cohesivas y "completas en sí mismas". De ahí la tendencia de muchas de ellas a establecer y mantener una frontera, una nítida distinción entre "lo propio y ajeno". Es el modelo del comunitarismo, con todo su énfasis por "pensar en las culturas como en cosas completas por

LA AMBIVALENCIA DE LA MODERNIDAD Y OTRAS CONVERSACIONES

ZYGMUNT BAUMAN

Y KEITH TESTER. TRADUCCIÓN

DE ALBERT ROCA ÁLVAREZ PAIDÓS, 2002

LA CULTURA COMO PRAXIS

ZYGMUNT BAUMAN. TRADUCCIÓN DE ALBERT

ROCA ÁLVAREZ PAIDÓS. BARCELONA, 2002

dentro y nítidamente delineadas por fuera". Pero se encuentra también en la ambición moderna de disolver los diferentes pluralismos internos en una adscripción superior y homogénea.

La segunda acepción se aproximaría al concepto de "matriz" introducido por Lévi-Strauss. La cultura como "una estructura de elecciones, una matriz de permutaciones posibles, finitas entre sí, pero prácticamente incontrolables". Dominar una cultura equivaldría a saber lidiar con esa matriz, que es un conjunto, "en marcha" y siempre lejos de estar completo. Desde esta concepción, la cultura aparece como una "actividad del espíritu libre", es la sede de la creatividad y la innovación y nos permite ir más allá de los horizontes ya definidos y las fronteras bien vigiladas. La concurrencia de ambas dimensiones en un solo concepto hace que la cultura aparezca como "paradójica": como "capacitadora" y "restrictiva" a la vez. Es la misma tensión que hoy nos encontramos al conjugar libertad e identidad o pertenencia. Ambas son cualidades imprescindibles; complementarias e irreconciliables. Y las posibilidades de que choquen son tan grandes como la misma necesidad de hacerlas convivir. Va de suyo que para Bauman esto sólo podrá devenir posible en la esfera de una política abierta al diálogo, democrática y cívica. Una política republicana.

El acierto del libro de conversaciones con Keith Tester es que nos permite un largo y amable paseo por todas sus preocupaciones teóricas sin tener que sujetarnos a los rigores de la argumentación sistemática. Fuera de las reflexiones sobre su propia evolución intelectual, los dos temas que prácticamente vertebran todo el libro son el intento por ofrecernos un diagnóstico de la sociedad presente y esa particular postura ética que empapa toda su obra. Una y otra van de la mano, ya que el punto fuerte de su crítica de la modernidad y

del malestar en esta nueva fase posmoderna es indesligable de un firme compromiso con la responsabilidad y la justicia.

Un buen ejemplo de esta forma de proceder es el libro que prácticamente sirvió para darle a conocer en España, *Modernidad y holocausto* (Madrid, Sequitur, 1997; edición original de 1989). Su tesis central no era original, se encontraba ya en la crítica de la Escuela de Francfort a la razón instrumental y en gran parte también en la obra de Hannah Arendt: que el holocausto no fue un "hecho excepcional" producto de un repentino eclipse de la razón, sino, por el contrario, la consecuencia casi "natural" de un proceso de racionalización que convirtió el patológico impulso por la uniformidad, el orden, la unidimensionalidad, en un fin en sí mismo. En otras obras ha mantenido la idea de que la enfermedad de la modernidad reside en este carácter instrumental de la razón. "Puede decir mucho sobre cómo hacer las cosas, pero casi nada sobre qué cosas hay que hacer". Y aunque hoy hemos entrado en una postmodernidad o modernidad "líquida", en la que las dispersas y descentradas fuerzas del mercado han reemplazado en las tareas de coordinación social a la administración centralizada y administrada de la modernidad clásica, el malestar sólo ha cambiado de forma. Las instituciones políticas han sido privadas de capacidad para gestionar la vida social, se ha expropiado la ciudadanía dentro de un orden económico sustraído al control político, se esfuma la capacidad de pensar en alternativas y el sujeto ha reducido su individualidad a su capacidad para adaptarse a condiciones siempre cambiantes que se escapan a su control.

Aquí es donde entra el peculiar "giro ético" de Bauman, originariamente influido por Gramsci pero más cercano después a Levinas con su énfasis sobre la responsabilidad moral que es siempre una responsabilidad "para algo" (el bienestar y la dignidad del Otro). Elude, sin embargo, un compromiso que parta de una explícita anticipación de una "sociedad justa". Lo importante es la reacción frente a la injusticia. Es la *injusticia* "lo que es específico, tangible, obvio". Todo avance en la justicia, aunque no sepamos con certeza cómo medirlo, no hace sino afianzarnos en el convencimiento de que "no es suficiente". La justicia "siempre está al menos un paso adelante", es un proyecto permanentemente inacabado.

Fernando Vallespín

LIBROS**HACIA UN NUEVO SISTEMA MUNDIAL DE COMUNICACIÓN**

Si el primer libro realizado por este equipo (ver *Comunicación* N° 122), y dirigido igualmente por el profesor Bustamante, *Comunicación y cultura en la era digital*, era una muestra del nivel que ha alcanzado la investigación española, y respondía al alto nivel de perfeccionamiento al que han llegado algunos trabajos de compilación españoles en materia de comunicación, esta nueva obra no tiene parangón en su magnitud con otros trabajos sobre la comunicación internacional realizados en España, mucho más limitados en sus áreas temáticas, aunque muy valiosos también: por ejemplo, y sin pretender ser exhaustivos, los de Miquel de Moragas en televisión local y regional en Europa, o los informes del Euromedia Research Group, Eurofiction y Euromonitor en los que participan los profesores Chàro de Mateo, Lorenzo Vilches y Emili Prado, respectivamente.

El libro *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación* es, por una parte, un trabajo práctico de descripción de las experiencias internacionales en comunicación con especial atención a Estados Unidos, Europa y Latinoamérica, y, por otra, una reflexión sobre la evolución de ese mundo. El texto se abre con unas pinceladas sobre los distintos sectores de la economía de la información que es un resumen magnífico de la situación actual. En primer lugar la afirmación, que le servía al diario *El País* para titular la noticia sobre la aparición de este libro, de que “los cambios digitales no suponen una revolución, una ruptura brusca con la historia anterior”. Un mundo en el que las industrias culturales vienen definidas por la desregulación, la concentración –precoz en la historia del cine y del disco– y la globalización, cuyo producto quizá sea una cultura clónica, pero en el que “las nuevas tecnologías no pueden borrar la naturaleza central de los media en la sociedad capitalista actual”. Lewis Carroll en su entrañable novela *Alicia a través del espejo* escribe un diálogo en el que Zanco Panco, ante la perplejidad de Alicia al descubrir que las palabras pueden ser usadas con significados diferentes, y hasta contradictorios, le dice en tono seco: “La cuestión es saber quién es el que manda, eso es todo”.

Las industrias culturales, como se afirma en el texto, profundizan la brecha digital respecto a la era analógica (el digital divide anglosajón, que paradójicamente se dice igual en inglés que en castellano): “Más bien parece constatar un salto cualitativo en la comercialización e internacionalización de las Industrias Culturales que ahonda una fractura digital en el mundo de la cultura y de la comunicación mucho más compleja, transversal y trascendental que en el mundo analógico: una eta-

LAS INDUSTRIAS CULTURALES
EN LA ERA DIGITAL

ENRIQUE BUSTAMANTE (COORDINADOR)
LUIS A. ALBORNOZ
J. MARÍA ÁLVAREZ MONZONCILLO
GUSTAVO BUQUET
CELESTE GAY
GÓMEZ JUAN CARLOS DE MIGUEL
PEDRO M. MORENO
RAMÓN ZALLO

GEDISA EDITORIAL. SERIE MULTIMEDIA.
ESPAÑA, BARCELONA, 2003

pa de transición hacia un nuevo sistema mundial de comunicación y cultura”. La necesidad de combinar un equilibrio y una diversidad democrática, que ni las nuevas tecnologías ni el mercado pueden garantizar, les lleva a plantear, siempre movidos por una buena dosis de optimismo, unas políticas públicas en las nuevas redes, en el campo internacional y en la Unión Europea, en el campo nacional y local, “más necesarias que nunca en una comunicación y cultura señaladas como reto estratégico tanto para el desarrollo de los países y las regiones como para su identidad cultural y su espacio público”.

Este trabajo es un completísimo estado de la cuestión a nivel internacional de la prensa *on line*, el libro y su entorno digital, la radio y la televisión digitales, el cine y la nueva personalización del consumo (VOD y SVOD a través de las plataformas digitales por cable y satélite o en banda ancha), la industria discográfica con la irrupción del MP3 e Internet, y el mundo de los videojuegos en las diferentes consolas y *on line*, los grupos multimedia, las políticas culturales regionales europeas e, incluso, un capítulo se dedica a los derechos de la propiedad intelectual, que la digitalización y la convergencia parece que han borrado, reduciendo libros, discos y programas audiovisuales a series interminables de unos y ceros, al paso de corriente en un circuito o al circuito abierto, el sistema binario que tanto sorprendía a Umberto Eco en su novela *El Péndulo de Foucault*. Además, el libro se abre, a modo de prólogo, con un sugerente capítulo del coordinador sobre las industrias culturales, su naturaleza, estrategias y tipologías, su evolución, de la concentración a la globalización, y que termina construyendo finalmente esa cultura clónica de la que habla. Y se cierra con otro dedicado a conclusiones, en el que se intenta sistematizar de una forma genérica los principales resultados y las posibles políticas

de comunicación que se han ido generando en cada uno de los capítulos.

Radiografías sectoriales

La lectura del libro es muy fácil y abierta. Se puede navegar por los diferentes capítulos sin una continuidad ordinal. Si a uno le interesa la radio digital, se va directamente al capítulo V escrito estupidamente por Rosa Franquet sobre el estándar digital (el DAB europeo, el IBOC norteamericano y el ISDB-T japonés), el estancamiento de la programación radiofónica o la radio a través de la Red. Si en cambio lo que le interesa son los videojuegos, ahí está el capítulo VII de Pedro Manuel Moreno, en el que describe, entre otras muchas cosas, magníficamente, la pérdida de importancia de empresas tradicionales, como Sega (retirada de la consola Dreamcast), y la aparición de dos nuevos gigantes Sony (con *Play Station 2*) y la omnipresente Microsoft (con *X-Box*). El capítulo de la música, redactado de una forma “superactual” por Gustavo Buquet, plantea los principales problemas en torno a la industria discográfica: desde la creciente concentración a escala internacional, acompañada de la búsqueda de los repertorios locales, hasta la revolución que ha significado en el consumo en MP3 y la resistencia a pagar por la música en la Red (de Napster a Winmx y Kazaa). Si lo que busca el lector son los aspectos más estructurales, relacionados con la convergencia del audiovisual, la informática y las telecomunicaciones, puede ir directamente al capítulo escrito por Juan Carlos de Miguel sobre los grupos de comunicación en el que se destaca la carrera hacia el gigantismo y su presencia en diferentes áreas y sectores de la industria cultural «lo que les confiere un tremendo poder de influencia sobre el pluralismo».

El capítulo de la televisión digital lo escribe el propio coordinador, el profesor Bustamante, haciendo un verdadero esfuerzo de concentrar en una escasa cuarentena de páginas las profundas transformaciones que está experimentando la televisión, cuyo “apagón analógico” (switch off) quedará definitivamente cerrado en Europa a principios de la próxima década (en España en 2012, aunque parece que se adelantará a 2010), abriendo paso, salvo en lo que a reconversión del parque de receptores se refiere, a la era digital en exclusiva: televisión digital por aire, cable, satélite y en banda ancha. Este capítulo lo abarca casi todo: la globalización de los procesos hasta ahora nacionales, el auge del modelo comercial, expansión de la televisión de pago analógica, la competencia entre el satélite (que ha disparado en EEUU y en Europa la televisión digital) y el cable.

Muy relacionado con estos aspectos está también el capítulo dedicado al cine, escrito por José María Álvarez Monzoncillo, en el que explica que, además del renacer de la exhibición en las salas de Occidente, el mercado que supone para las películas el vídeo (venta y alquiler) y la televisión digital, así como las nuevas redes de telecomunicaciones, que permiten una nueva distribución comercial. «Estas nuevas modalidades comerciales están llamadas en consecuencia a modificar a medio y largo plazo la estructura del sector audiovisual, el modelo de financiación y amortización de las películas, y el statu quo actual de operadores y mercados».

El capítulo dedicado al libro, y sobre todo a su entorno digital, tiene un desarrollo muy completo y actualizado por parte de Gloria Gómez-Escalonilla: el paso de la informatización del proceso productivo a los e-books y la venta en línea (un negocio cada vez más rentable), quedando en el camino los CD-Rom. Se cierra este texto con la sugerencia de una serie de medidas, a modo de políticas de comunicación para instituciones y administraciones públicas, tendentes a paliar la polarización entre el Primer y Tercer Mundo, a fomentar el mercado y el apoyo al pluralismo "digital" del libro, a contrarrestar los efectos de la concentración editorial y a fomentar la lectura en general y, particularmente, en línea.

En el tema de la prensa impresa (valga la redundancia), Luis Alfonso Albornoz describe cuatro trazos para caracterizar su declive en los

mercados de Europa Occidental, EEUU y Japón, que resumen de una manera admirable la situación actual: el retroceso en la difusión, la pérdida de parte del mercado publicitario, el descenso del número de jóvenes lectores y la disminución de la influencia de la prensa respecto a otros medios de comunicación. A medida que la penetración de la prensa en Internet crece en todo el mundo, se plantea, en primer lugar, el modelo de negocio, el dilema ¿pagar o no pagar?, que les permitirá a los editores *on line* obtener el beneficio de sus publicaciones electrónicas; y por otro, la creciente importancia que tienen los sitios de periódicos en las consultas a través de Internet, si bien todavía son los portales y proveedores de acceso (IPS) los que ocupan las primeras posiciones.

Hay un capítulo escrito por el profesor Zallo que se dedica con una meticulosidad y exhaustividad encomiable a las «Políticas culturales regionales en Europa», entendiendo la región como el espacio intermedio entre los Estados y el ámbito local. Sería imposible resumir, en unas breves líneas, su ingente trabajo centrado en la evolución de los modelos dominantes, la política regional de la UE y la limitación de una regionalización cultural, las diferentes políticas culturales, las tendencias, los diversos modelos y los nuevos retos de las regiones ante la Sociedad de la Información. Sirvan al menos estas palabras como una breve presentación del mismo: «El papel de los Estados nacionales sigue estando presente en la agenda social y política, con más peso que

nunca como articuladores de un esfuerzo general (sociedad civil, empresas) capaz de conjugar la construcción de un tejido industrial necesario con la consistencia de un sistema comunicativo propio y el máximo pluralismo. Pero, ante la ausencia o las incoherencias de ese papel estatal, las regiones van cumpliendo un papel creciente que apela a su cercanía y eficacia en la adecuación de las tecnologías y las redes a las necesidades y demandas sociales concretas».

Lo único reprochable...

¿Qué se puede objetar al libro? Quizá lo único reprochable, y es derivado del propio planteamiento ambicioso del proyecto, es que en ocasiones en este mundo de la comunicación tan cambiante en el que vivimos, prácticamente cuando se ha terminado de redactar el texto final ya ha variado su contenido: el *homeworking*, las formas de producir o distribuir el cine, la formación de nuevos grupos multimedia, los servicios interactivos de la televisión, las nuevas formas de consumo y comercialización de los productos audiovisuales a través de Internet, etc. Pero esa ambiciosa pretensión no tiene que llevar a minusvalorar en una coma el soberbio trabajo de investigación y sistematización realizado en todas las industrias culturales, en la esfera internacional, y con un grado de actualidad encomiable. Por el contrario, en ocasiones parece que el texto se ha cerrado pasado mañana.

Marcelino Bisbal

«Uno de los aportes sustanciales de este ensayo estriba en que el autor rastrea el tópico de la urbe en la literatura venezolana como no se ha hecho antes. Y la pesquisa es completa y compleja», expresa Rafael Arráiz Lucca en el prólogo a la edición de *La ciudad en el imaginario venezolano. Del tiempo de Maricastaña a la masificación de los techos rojos*, de Arturo Almandoz. Este libro llegó a la Fundación para la Cultura Urbana en la primera convocatoria de su Concurso Anual. Los atributos de este ensayo académico fueron resaltados por el jurado y fue objeto de recomendación para su publicación.

La vocación investigadora de este Urbanista, egresado de la Universidad Simón Bolívar, ha quedado plasmada en esta obra. Allí resalta la interrelación de la literatura y la dinámica de las ciudades y, no sólo consigue aportar con minuciosidad ejemplos concretos de tal vínculo, sino que propone miradas inusitadas sobre la obra escrita venezolana. Así, quien no se ha ahondado en las letras criollas, tras la lectura de este ensayo de seguro se aproximará.

Arturo Almandoz nació en Caracas en 1960 y, tras egresar de la USB, obtiene un doctorado en la Open University of London. Asimismo ha desarrollado una intensa actividad académica, adscrito al Departamento de Planificación Urbana de la USB, tanto en las cátedras de pregrado como en las de postgra-

LA CIUDAD EN EL IMAGINARIO VENEZOLANO

do. De igual manera ha sido profesor invitado en diversas universidades nacionales y extranjeras y, además, posee una apretada agenda de eventos de carácter expositivo en conferencias y simposios internacionales. Eso contribuye a que el profesor Almandoz matice sus estudios con los más recientes avances en materia de urbanismo.

Entre sus publicaciones están *Ciudad y literatura en la primera industrialización* (Premio de Ensayo de Fundarte, 1993), *Urbanismo europeo en Caracas 1870-1940* (Premio Andrés Bello 1997; Premio Municipal de Literatura, 1998; Premio de Teoría y Crítica de la IX Bienal Nacional de Arquitectura e Ingeniería, México 2000), *Ensayos de cultura urbana* (Premio Mejor Libro de Texto, USB, 2002), entre otros, sin contar una profusa hemerografía entre las que se cuentan artículos para revistas especializadas en su área de estudio.

En *La ciudad en el imaginario venezolano* Almandoz congrega obras fundamentales de la literatura venezolana y desglosa los reflejos estéticos con los que puede entenderse de alguna manera el espíritu de la sociedad que avanzaba desde lo rural a un nuevo entendimiento ¿modernización? del espacio público. Nada fácil habrá sido la tarea de emprender un recorrido que comienza con *Via-*

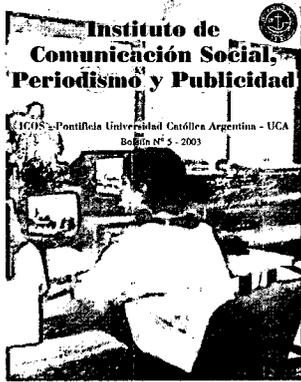
je al amanecer, de Mariano Picón Salas y concluye con *La ciudad de los techos rojos*, de Enrique Bernardo Núñez. Sin obviar, por supuesto, autores como Miguel Otero Silva, Antonia Palacios, Teresa de la Parra, José Rafael Pocaterra, Rufino Blanco Fombona, Manuel Díaz Rodríguez, Pedro Manuel Arcaya, Arturo Uslar Pietri, Rómulo Gallegos y Guillermo Meneses, pilares de literatura venezolana que, lamentablemente, han sido obviados y desplazados con prejuicios absurdos y tendencias literarias impuestas por ciertos críticos.

Almandoz revisa las dicotomías entre rural y urbano, barbarie y civilización esbozadas por Gallegos y asumidas por la crítica como las únicas presentes en la literatura contemporánea nacional. Sin embargo, su análisis exhaustivo va mucho más allá de simples fórmulas expandidas en las cátedras de literatura escolar, en las cuales este libro haría un aporte esencial a la comprensión de la producción criolla. Sin ambages, la obra de Almandoz no fantasea ni idealiza sobre la calidad y aporte de la producción literaria vernácula. Contribuye, eso sí y éste quizá sea su principal aporte a entender un poco más el proceso de evolución de la ciudadanía, enmarcado en la ardiente agonía creativa de los hombres y mujeres de letras de por estos lares.

Marsolaire Quintana

REVISTAS

INSTITUTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL,
PERIODISMO Y PUBLICIDAD.
ICOS- PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA
(UCA) BOLETÍN N° 5- 2003



¿Cuáles son los indicadores para determinar si un trabajo periodístico es bueno o malo? Un estudio exploratorio sobre la calidad de la información, basando la investigación en diarios argentinos, da luces sobre esta difícil inquietud. Asimismo, otro artículo de esta edición de la publicación del Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad de la Pontificia Universidad Católica Argentina indaga sobre la manera en la que los medios de comunicación intervienen en la participación de la gente durante una situación de crisis, tomando el caso argentino de 2002 como modelo.

También se podrán consultar en esta número un conjunto de conferencias de profesores del ICOS, las cuales abren un debate referido al quehacer educativo y las experiencias profesionales de los docentes que se manejan en la compleja área de la comunicación.

CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACIÓN
NÚMERO 82. JUNIO 2003
QUITO, ECUADOR.



El conflicto bélico marcó el año 2003 y la revista Chasqui, al preguntarse si los países comprometidos con la guerra en Irak llevaron a cabo su labor informativa de manera imparcial y ecuaníme, hizo de las respuestas que surgieron el tema central de su última edición.

Sin embargo, el abordaje no se limita a si las tres grandes cadenas de televisión (BBC de Londres, CNN y Televisión Española) cumplieron su rol social con autonomía, independientes del compromiso de los gobiernos de sus países, sino también sobre la tecnología utilizada por los medios en el campo de batalla y el lenguaje que apareció entre los comunicadores y la audiencia estando en medio de la línea de fuego.

La publicación deja colar ideas y reflexiones en torno a la situación comunicacional de los tiempos que corren, bajo firmas resonantes como lo son Ernesto Sabato y Armand Mattelart. El cobro de las versiones impresas de los periódicos a través de Internet como posible vía de supervivencia financiera, y los obstáculos a los que hay que enfrentarse al intentar instaurar la libertad de prensa en lugares en los que este derecho resulta desconocido, son otros temas interesantes de esta edición.

Galardonado Ryszard Kapuscinski
con el Premio Príncipe de Asturias

“Hemos pasado a tener dos versiones de la Historia”

En su estancia en la capital del Principado de Asturias, Oviedo, el reconocido periodista polaco participó en un encuentro con periodistas españoles, donde el plato fuerte fue el relato de sus vivencias como corresponsal en aproximadamente 30 guerras, revoluciones y situaciones de envergadura



El reconocido periodista polaco Ryszard Kapuscinski recibió el pasado 24 de octubre el Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades, considerado como uno de los galardones que mejor proyecta la imagen de la España moderna. Los miembros del jurado definieron a Kapuscinski como un escritor que ha sido “durante medio siglo un modelo de periodista independiente que ha dado cuenta veraz, hasta con riesgo de su vida, de numerosos y trascendentales conflictos de nuestro tiempo en diversos continentes”.

Kapuscinski aprovechó su estancia en la capital del Principado de Asturias, Oviedo, para sostener un encuentro con profesionales de la comunicación españoles y un nutrido grupo de ovetenses. “Las civilizaciones durante miles de años han tenido una sola versión de la historia que se iba escribiendo de generación en generación. Hemos pasado a tener dos, la que se sigue escribiendo por verdaderos expertos, cuyas publicaciones y tesis tienen una difusión muy reducida, y la historia televisiva que entra a diario en los hogares, y que

en muchos casos está elaborada con excesiva prisa, con profusión de estereotipos y con un tremendo desconocimiento de lo que se analiza”, puntualizó.

Una de las principales ocupaciones del periodista polaco ha sido la de corresponsal en aproximadamente 30 guerras, revoluciones y situaciones históricas de envergadura, la mayoría de ellas en el continente africano. Para Kapuscinski, la gran paradoja de la globalización es que “ahora se informa y se sabe menos sobre otros países y sobre otras culturas, con una paulatina reducción de la información internacional tanto en los mejores periódicos como en las televisiones”. Asimismo, plantea que en otros tiempos eran los corresponsales los que marcaban la pauta de la información internacional, dependiendo de los hechos que investigaban y encontraban en su labor periodística, y que en cambio, en los últimos tiempos, los profesionales de la comunicación llegan a los lugares en conflicto con una idea prefijada sobre la visión que se va a dar al mundo.

Fernando Vallejo gana la XIII edición del Premio Rómulo Gallegos

“Estoy harto de la Literatura”

“Vallejo, dame esos reales a mí”, fue uno de los gritos que se pudieron escuchar en un conocido programa humorístico de radio, de corte juvenil e irreverente, que dedicó una “bromita” en honor al escritor colombiano ganador de la última edición del Premio Rómulo Gallegos con su novela *El Desbarrancadero*. En otros espacios de los medios de comunicación también se escucharon perlas semejantes. El motivo de la bullaranga fue la decisión de Fernando Vallejo de donar íntegramente los 100 mil dólares con los que está dotado el galardón a una institución protectora de perros.

Otro comentario que se repetía con frecuencia era que ciertamente estaba bien lo de ayudar a los canes; pero con tanta gente que pasa hambre en América Latina, por qué no mejor donar esa suma a alguna institución que trabaje en favor de estas personas necesitadas. No obstante, en la lógica de Vallejo esa opinión no parece ser un argumento aceptable, pues como afirmó con vehemencia en su discurso de aceptación del premio “tres mil millones -refiriéndose a los católicos del mundo- se niegan a entender que los animales también son nuestro prójimo y sienten el dolor y tienen alma y no son cosas”.

Ese afán de Vallejo por proteger a los animales puede entenderse como rasgo exótico de bohemia literaria, pero también como símbolo de quien vive las ideas con intensidad. La segunda posibilidad parece ser la que a primera vista se adapta más a este autor que ha decidido, al menos de los dientes para afuera, no volver a escribir. “Mis libros los escribí para olvidarlos. Después de *El Desbarrancadero* tengo que decir que me morí, porque siento que estoy muerto, estoy harto de la literatura, no quiero escribir más. No voy a seguir escribiendo sobre mis recuerdos, ni sobre mi muerte, ni quiero buscar otro camino literario porque no me interesa, ya recorrí eso”. En todo caso, aseguró que lo último que piensa escribir es ensayos sobre temas de física que no tienen solución, “un libro absolutamente ocioso”, para decir en 200 páginas lo que se puede decir en dos frases.

En su paso por Caracas, entre finales de julio y principios de agosto de este año, cuando llegó a la capital venezolana para el acto de premiación, el también autor de la polémica novela “La virgen de los sicarios” (1994) sostuvo un encuentro con los integrantes de los talleres de creación literaria del Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos (CELARG). El encuentro sirvió para que Vallejo dijera cosas como que el gran género de la literatura es la novela, que el camino de la tercera persona y el narrador omnisciente ya está agotado, que el cine

Con su novela *El Desbarrancadero*, el escritor colombiano pasa a ocupar un lugar en la lista de los ganadores de uno de los más prestigiosos certámenes literarios de América Latina, otorgado desde hace casi 40 años por el Consejo Nacional de Cultura de Venezuela. El premio, dotado con un monto de 100 mil dólares, fue donado por voluntad del premiado a una institución protectora de perros.



es poca cosa frente a la literatura, que la novela biográfica es un género despreciable y miserable, que el teatro se deshace en el aire, y que la poesía contemporánea es una “pedacería” de frases sin sentido, ni ritmo, ni sonoridad. “A mí no me interesa nada, no quiero vivir nada más. Me queda esperar a poner punto final por mí mismo, o que me mate un cáncer o un sicario colombiano, pero yo espero que no me vaya a sorprender nada”.

Tiempo vivido

Fernando Vallejo nació en Medellín en 1942, y entre esa ciudad y Bogotá transcurre buena parte de su niñez y adolescencia hasta que se traslada a Roma a estudiar Cine en Cinecittà. Desde 1971 vive en Ciudad de México. Todas sus novelas son de carácter autobiográfico debido a que, como él mismo asegura, “siempre he hablado de mi verdad, no de la verdad colectiva. He hecho dos experimentos, escribir en primera persona y basándome en lo que he vivido. Se me hace más coherente y profundo contar lo que yo viví. Tenía demasiados recuerdos, quería olvidarlos. Me empezó a servir la literatura para olvidar y ocupar el tiempo vacío y para molestar”.

Entre sus obras se encuentran la saga autobiográfica titulada *El río del tiempo*, compuesta por *Los días azules* (1985), en donde relata sus años de infancia entre la finca Santa Ana de sus abuelos y el Barrio de Boston; *El fuego secreto* (1987) en la cual aborda su adolescencia en las calles y bares de Medellín y Bogotá, donde transcurren sus primeras experiencias homosexuales y su encuentro con las drogas; y finalmente, *Los caminos a Roma* (1988), *Años de Indulgencia* (1989) y *Entre fantasmas* (1993) donde narra su paso como adulto por Europa, Nueva York y Ciudad de México.

También ha escrito otros textos de género diferente a la novela como *Logoi*, su primera obra, que es una gramática del lenguaje literario y que, según afirma, lo elaboró para enseñarse a sí mismo a escribir. Asimismo, indagó en la biografía con *El Mensajero* (1991) en la cual relata la vida del poeta antioqueño Porfirio Barba-Jacob, y que fue el resultado de muchos viajes y pesquisas por diversas ciudades americanas.

El tono existencialista, apocalíptico y sutilmente ácido que emplea para dibujar el presunto desinterés por su propia vida y rumbo, es el mismo tono que utiliza para decir sin empachos que *Cien años de soledad* de su paisano y también ganador del Rómulo Gallegos, Gabriel García Márquez, es un “chorizo de anécdotas” sin fuerza, poco original, trillado y propio de una comadre chismosa. Otra caricia semejante le propina a Mario Vargas Llosa, ganador de la primera edición del Rómulo Gallegos, asegurando que escribe regular, sin riqueza de vocabulario ni sintáctica y sin sentido del idioma. No obstante, sus peores críticas están dirigidas al espacio de lo espiritual. A Jesucristo le recrimina que nunca tuvo una palabra de amor para aquellos animales que, como el borriquito sobre el cual entró triunfante a Jerusalén, estuvieron a su lado. De Mahoma dice que es un infame, un sanguinario y un lujurioso. Llama asquerosos a los mulsumanes, cura bellaco al Papa Pío Nono, y alcahueta de la infamia al actual vicario de Cristo, Juan Pablo II.

Fernando Vallejo es sin duda un personaje singular, muy propio del mundo literario, tan presto interesante como contradictorio. Un autor que está harto de la literatura, pero que la describe como un oficio que debe aprenderse a fuerza de memorizar palabras; un escritor de guiones cinematográficos que no obstante opina que el cine es un artificio absurdo y tramposo; y finalmente, un individuo que dice no querer vivir más, pero que no se anima a suicidarse porque no sabe quien dejarle el cadáver.

Iván Alonso

Revolución de papel

Mandados los otros a enrollarse para, luego, ser introducidos en un oscuro bolsillo, el proceso saca de su chistera un nutrido grupo de medios impresos alternativos y comunitarios dispuestos a enfrentar a la enemiga prensa tradicional y difundir los logros del gobierno de Hugo Chávez Frías.

Aunque en este campo las estadísticas son poco confiables, de acuerdo con una lista divulgada en marzo pasado existen alrededor de 72 publicaciones de este tipo en el país. Raúl Rico Arvelo se jacta de que el periódico que edita, *El Tiempo de Caricuao*, es "el decano" en esta área.

"Este medio nació hace cuatro años y tres meses, porque veíamos que la mayoría de los diarios no decían toda la verdad, ni promocionaban los proyectos del Gobierno", recuerda Rico Arvelo, quien admite que mantener esta iniciativa, en la que intervienen unas 15 personas, "nos ha costado mucho trabajo".

Este instructor del Ince, que se declara escritor, confiesa que este mensuario "subsiste a duras penas". "Al principio lo sacábamos en la imprenta del Partido Comunista en Cantaclaro. Eran 2 o 3 mil ejemplares, a 280 bolívares cada uno y lo vendíamos a 200". Rico Arvelo se enorgullece de que su pequeña publicación de 32 páginas tamaño carta, ha llegado a Valencia, Mérida, Barquisimeto y San Cristóbal. "Yo no soy periodista, pero sí me siento". Lo cual parece ser suficiente para estos medios alternativos. En *El Tiempo de Caricuao* escriben desde economistas y abogados hasta pastores evangélicos.

Promoción del 80

El ingeniero Yoel Amaya dirige el mensuario *Proceso*, y describe a sus colaboradores como "gente que en la década de 1980 se opuso a la gestión de Jaime Lusinchi haciendo volantes, comunicaciones, pancartas, murales, afiches, radios y dazibaos".

"Aquí hay integrantes del movimiento estudiantil, círculos bolivarianos y grupos de profesionales, que realizan este trabajo voluntario y que se unieron a este esfuerzo para difundir los proyectos e ideas de estos colectivos, excluidos por los medios tradicionales, buscando reafirmar y profundizar el proceso revolucionario", explica este ex presidente de la Federación de Centros Universitarios de la UCV.

La publicación, dice, tiene un tiraje de 15 mil ejemplares que un equipo distribuye a escala nacional, en comités de tierras urbanas, asambleas barriales y organizaciones populares. Los gastos en imprenta para este tabloide de 24 páginas que se vende a Bs. 500, con portada y contraportada a color, ascienden a unos 3 millones de bolívares. "Principalmente, nos financiamos con nuestras ventas", apunta llamado Amaya.

A través de anuncios publicitarios y notas redaccionales, el Gobierno promueve a los medios alternativos impresos para defender al proceso en calles y quioscos

Salimos baratos

El aspecto económico tampoco desvela a los responsables de *Temas-Venezuela*. "No tenemos sueldo ni sede, así que el pregón y la escasa publicidad alcanza para mantenernos en la calle: salimos baratos", apostillan.

Los impulsores de este semanario de 16 páginas niegan recibir algún apoyo monetario del Ejecutivo, aunque admiten que éste es el principal anunciante de la publicación, que se define como "una tarima desde la cual se escuchan opiniones, análisis y puntos de vista que no tienen espacio en la prensa tradicional".

Igual ocurre con el bimensuario *La Mancha*, cuyo tiraje ronda los 2 mil ejemplares, que depende mayoritariamente de los avisos de las agencias oficiales. "Sostenemos una relación normal con el Gobierno". Ellos nos dan una pauta, que tiene un costo y nosotros la anunciamos; no obstante, esto no puede entenderse como una donación, es simplemente un asunto comercial", precisa Gastón Fortis, miembro de este periódico de 12 hojas que apareció en diciembre de 2002 y cuyo costo es de 600 bolívares.

Oscar Sotillo, compañero de Fortis y quien se presenta como "comunicador alternativo", tiene sus esperanzas puestas en el Bloque Bolivariano de Prensa Alternativa (BBPA) que "creará una comercializadora de pautas" para las publicaciones de la revolución.

Cabilla bolivariana

Sin embargo, el BBPA posee otros fines. "Esta idea surgió al observar que había muchí-

sima prensa alternativa que se encontraba desorganizada; razón por la cual constituimos esta cooperativa para agruparlos y buscar, a través de la economía de escala, la reducción de costos y el acceso a créditos para su fortalecimiento", puntualiza el diputado del MVR, Luis Tascón, promotor de este movimiento.

"La intención es convertirlos en semanarios segmentados, evitando que se solapen diariamente, y buscando que estén dirigidos a distintos sectores de la población", agrega Tascón, quien cree que el Banco del Pueblo Soberano, el Banco de la Mujer y el Banco de Desarrollo Económico y Social de Venezuela (Bandes) podrían ofrecer pequeños préstamos a estas microempresas para que sean "negocios sustentables".

Antes de que irrumpiera el BBPA, ya se habían registrado acercamientos entre los directores de estas publicaciones y las dependencias oficiales. "En una oportunidad, el Presidente nos invitó a una reunión a todos los medios alternativos, cuando Nora Uribe era ministra de Información y Comunicación (Minci). Frente a nosotros, Chávez le ordenó que abriera una oficina y que destinara parte de los recursos de esa cartera para ayudarnos y ella dijo que sí, pero luego incumplió su promesa", evoca Rico Arvelo.

Amaya relata que ha sido difícil entablar un diálogo con los estrategas comunicacionales del Gobierno; aunque destaca que "desde las direcciones de prensa y asuntos públicos de entes como Pdvs, la Vicepresidencia de la República, el Instituto Nacional de Tierras y los Ministerios de Energía y Minas (MEM), del Trabajo (MT) y de Infraestructura (Minfra) han enviado con fluidez información, análisis y trabajos de opinión que nos permiten nutrirnos de contenidos".

TalCual revisó una docena de publicaciones alternativas y comunitarias bolivarianas, en las que la exigua, cuando no inexistente, publicidad privada contrasta con los grandes avisos de entes como Fondur, Conatel, MEM, Minfra, Alcaldía de Caracas, IND, Centro Simón Bolívar (CSB), Misión Robinson, Ministerio de Salud y Desarrollo Social, Hidrocapital y el Ministerio de Producción y Comercio.

Carlos Rojas, director general de Información y Relaciones Institucionales de Infraestructura, señala que anuncian en estos medios alternativos "para expresar nuestra solidaridad y posibilitar que sigan saliendo". Admite que ayuda con pauta publicitaria o con una nota redaccional. "Algunos me han pedido que les pague la impresión, pero yo no hago eso", advierte. "Las tarifas de estos periódicos oscilan entre los Bs. 200 mil y los Bs. 350 mil, lo que en un periódico grande es un simple clasificado", precisa Rojas.

No obstante, los precios del *Círculo Informativo* no son tan solidarios. En su edición del 15 al 30 de septiembre, este quincenario presenta en la página 13 una lista que establece en Bs. 500 mil su pauta más barata y la de mayor costo en 4 millones de bolívares, que da el derecho de aparecer junto a una "modelo bolivariana" en la sección "Ver y no comer".

Eduardo Rothe, director de Información y Relaciones Públicas de la Alcaldía de Libertador, indica que el despacho de Freddy Bernal "en cumplimiento del artículo 58 de la Constitución Bolivariana, auspicia la creación y desarrollo de esta clase de medios, asistiéndolos con materiales gráficos e informativos y contratando pautas publicitarias". A juicio de Rothe, de esta manera los ciudadanos "escapan del monopolio de los diarios tradicionales, vergüenza del periodismo moderno, y a su infame campaña mediática-golpista".

Por boca de su asistente, el viceministro de Gestión Comunicacional, Alcides Rondón, expresó que actualmente el Minci forma la Dirección General de Medios Alternativos y Comunitarios, motivo por el cual hará un censo para identificar a estas publicaciones.

"El Ejecutivo desea fortalecer la libertad de expresión con la creación de muchos medios para que el lector disfrute de una variedad de opiniones", aclara Tascón.

Libres y soberanos

Pero estos medios rechazan ser parte de una estrategia oficial. "*Temas* es un semanario independiente, no un órgano del Gobierno. Mal podríamos funcionar como instrumentos de una política comunicacional, pues no somos incondicionales", aseveran. Amaya acota que "estos medios no están agarrados de la mano del Estado", pese a que su línea editorial se sustenta en el "apoyo al proceso político bolivariano".

"Yo podría sacar cosas contra el Ejecutivo, si es que no son muy violentas", dice Rico Arvelo y el consejo editorial de *La Mancha* aclara que no ejercen la vocería de Miraflores.

El investigador de la comunicación y profesor Antonio Pasquali tiene sus dudas al respecto. Previamente, fija un concepto: "Como prensa alternativa se entiende a aquella que trasciende el circuito estándar y, en realidad, no tendría nada de malo que recibieran ayuda del Gobierno, puesto que en América Latina existe un mecenazgo tradicional en el ámbito cultural" y añade que "si divulgan ciegamente las notas que les envían desde el sector oficial, pasan a ser parte de un sistema propagandístico del régimen, más aún cuando ese aporte económico no es repartido y distribuido equitativamente entre los diferentes medios alternativos, incluyendo a los de oposición".

Carnetizados

Raúl Rico Arvelo, editor de *El Tiempo de Caricua*, es uno de los 180 corresponsales comunitarios, con carnet que lo acredita como tal, que ha egresado de los talleres dictados por la Alcaldía de Libertador. Los cursos comenzaron en junio de 2002 y se extienden por dos meses y medio, con tres sesiones a la semana y un total de 100 horas de clases.

El pénsum incluye: "Historia, haciendo énfasis en el momento en que se constituyeron las naciones; la Constitución como proyecto social; los cinco ejes del Plan de la Nación; Consejos Locales de Planificación pública como poder local; Venezuela y su política internacional; comunicación como poder mediático; técnicas de comunicación y discuten la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión", según Belinda Vivas, coordinadora de estos talleres.

Yoel Amaya, director de *Proceso*, anuncia que también buscan conformar una "agencia popular de noticias", que permita recabar informaciones y distribuirlas a escala nacional.

Plomo y plomo

En estos medios alternativos usted puede leer desde un homenaje al ayatolá Rujola Jomeini, pasando por una entrevista con la hija de Jorge Eliécer Gaitán y las obras de Minfra, hasta poesías, narraciones y ensayos sobre la vida y la revolución. Pero también puede toparse con una andanada de insultos y acusaciones de todo tipo contra los líderes y militantes de la oposición, sobre quienes no se ahorran ningún epíteto.

Un caso emblemático lo representa la publicación gratuita *Barricada Mirandina*, que tilda de homosexuales y ladrones a dirigentes de la Coordinadora Democrática, que son blanco de acusaciones despiadadas y sin fundamento alguno.

No obstante, lo más sorprendente no es el tono de este periódico de Los Teques sino que de sus 16 páginas del día 3 de octubre, cinco fueron compradas por Minfra, Fondur, Conatel, MEM y la Alcaldía de Caracas.

El diputado oficialista Luis Tascón justifica esto señalando que "cada medio tiene su línea editorial, al igual que la gran prensa, y aquí encontrarás desde el imparcial hasta el radical que enfrenta". Por su parte, Carlos Rojas, director general de Información y Relaciones Institucionales de Infraestructura reitera que ese despacho continuará apoyando a estas publicaciones y responde que "la prensa alternativa no es más dura que la tradicional que ataca al Gobierno".

Chicha agria

En vísperas de las elecciones presidenciales de 2000, los quioscos peruanos se vieron asaltados por periódicos que con sus impactantes y, en algunos casos, escatológicos títulos que como dardos venenosos se lanzaban contra la oposición al régimen de Alberto Fujimori, atrapaban la atención de los transeúntes.

El Tío, El Chino, La Chuchi, El Chato y La Yuca, entre otros, se encargaron de destruir la imagen de Alberto Andrade, alcalde de la capital y tercero en la intención de voto, y de Luis Castañeda Lossio, líder del partido Solidaridad Nacional que marchaba cuarto en las encuestas, acabando con sus aspiraciones presidenciales.

Así apareció el fenómeno de la "prensa chicha" en Perú que estuvo "conformada por tabloides de poco tiraje y escasas páginas, que se vendían al público por 15 centavos de dólar", explicó a *TalCual* el profesor Luis Benavente, director del Grupo de Opinión Pública de la Universidad de Lima. "Si se considera que en ese precio están incluidos los costos de producción, el impuesto general a las ventas (18%) y la ganancia de distribuidores mayoristas y minoristas, es evidente que no generaban ganancias desde el punto de vista empresarial", acota el académico.

"Estos diarios formaron parte de un extenso aparato de control de la opinión pública -orquestado por Fujimori-, valiéndose de un sistema de distribución gratuito de las primeras planas a millones de ciudadanos con bajos índices de cultura política, junto a un lenguaje popular y sensacionalista", según Benavente.

El politólogo Eduardo Toche recuerda que esos titulares eran redactados en los servicios de inteligencia dominados por Vladimiro Montesinos, quien pagaba a los editores de esta "prensa chicha, cuyo diseño, similar a un panfleto visual, no buscaba ser 'leído' sino 'visto', para conmocionar a aquellos que se paraban frente a ellos por un momento".

"Esta clase de periodismo es amarillo en tanto exacerba el sensacionalismo, pero el factor que la define es ponerse al servicio del poder como forma de 'negocio'. Es decir, las 'utilidades' no las reportaban las ventas sino los ingresos provenientes del tesoro público", precisa Toche.

Pedro Pablo Peñaloza
TalCual Digital

En memoria de Vázquez Montalbán

Del pudor a la manipulación *El porqué de la utilización criminal del fundamentalismo*

No me gusta ver cuerpos destrozados, y desde este punto de vista agradezco que las cámaras de televisión norteamericana no filmen la carnicería ubicada en los restos de las torres. Tampoco transmiten imágenes de los cadáveres enfundados, y es como si se quisiera liquidar comunicacionalmente el asunto sin sangre ni muertos. Escucho tertulias radiofónicas, leo comentarios periodísticos en los que se glosa esa decisión patriótica de las cámaras televisivas norteamericanas para no inculcar la desmoralización en la población ni acentuar la sensación de inseguridad, de tragedia. Pero en algunas tertulias y comentarios se dice que la guerra del Vietnam es la causante de esta nueva estrategia informativa, porque la retransmisión en directo de tanta barbarie desmoralizó a los norteamericanos. Por eso no vimos ni un muerto en la guerra del Golfo, tampoco en el bombardeo y la invasión de Yugoslavia, ni ahora el ojo que todo lo ve se ha aplicado a la captación de tanta muerte.

En efecto, la retransmisión en directo de la niña vietnamita incendiada o el bombardeo con napalm de Vietnam del Norte o la estampa del general vietnamita asesinando de un tiro en la sien a un preso del Vietcong causaron tal repugnancia entre los receptores que estuvieron en el origen de muchas manifestaciones pacifistas y actuaron como factor determinante en la consecución de la paz. Por eso no creo que la decisión actual de ocultar cadáveres responda a una operación pudor, sino a una estrategia de manipulación para evitar que la carnicería se convierta en elemento de análisis y conlleve una reflexión distanciada de la tragedia. En el caso de la guerra del Golfo o de la nunca declarada guerra de Yugoslavia se trataba de que el espectador no viera los efectos del empleo de las armas aliadas, ni tampoco las propias bajas. Convertida en un juego de marcanitos lleno de trazos digitales pero sin ni un muerto, la guerra se transformaba en un espectáculo en el que no cabía el imaginario de la destrucción, de la muerte. Presiento que todas las guerras del futuro en las que actúen Estados Unidos y sus aliados como agentes ganadores sufrirán el mismo tipo de manipulación.

En el grado actual de intercomunicación y de repugnancia por la violencia que empieza a extenderse como cultura general,



El escritor y periodista español Manuel Vázquez Montalbán murió el 19 de octubre cuando se disponía a regresar a Barcelona desde Bangkok. El columnista de El País y creador de la serie detectivesca de Pepe Carvalho, además de autor de numerosos ensayos entre los que destacan Informe sobre la información y la Historia de la comunicación, se destacó por su pensamiento crítico y por su humanismo. Estaba a punto de terminar su novela Milenio, en la que fustiga y analiza el terrorismo y sus implicaciones. Publicamos una intervención difundida en el último Foro Social Mundial, celebrado en Puerto Alegre

desde la evidencia de que son los civiles las principales víctimas de todo conflicto, los muertos se convierten en argumentos a favor de la paz y no interesan a los que consideran la guerra un bien ético o un periodo economicista siempre necesario para estimular las industrias e investigaciones armamentísticas. Hechos tan horrorosos como

los que el terrorismo fanático ha provocado en Nueva York y el Pentágono son tan determinantes por sí mismos que no necesitan manipulación. Imaginar los rostros de los secuestrados condenados a morir o de los empleados y visitantes de las Trade Towers enfrentados a la evidencia de una muerte inevitable ya es suficiente para que no se pueda encontrar ninguna justificación. Pero otra cosa es el provecho propagandístico que se quiera sacar de ellos, y que va más allá de la consecución de una estrategia antiterrorista global.

Va hacia la delimitación del diseño del enemigo necesario para justificar una política de rearme que y sus asesores caracterizaban como de paraguas o biombo de misiles y que ahora deberá corregirse porque los antimisiles no bastan y el terrorismo demuestra que puede filtrarse por encima o por debajo de paraguas y biombo. El clima de estupor e indignación conseguido por los atentados debería estimular una necesaria reflexión sobre las causas y sobre el sentido de la seguridad de lo que antes llamábamos Occidente. Sartre dejó escrito que mi libertad es inútil sin la de los otros. Con respecto a la seguridad podríamos llegar a una paráfrasis: la seguridad del norte no será efectiva hasta que el sur se sienta seguro.

Es una metáfora que trata de resituar un debate sobre el porqué de la utilización criminal del fundamentalismo. Pero tal como se han planteado la cosa, no va a ir por ahí la reacción dominante, sino que la ley del ojo por ojo, diente por diente sólo tarda en aplicarse lo que cuesta delimitar el ojo y el diente al que hay que machacar, difícil de concretar en este caso en un territorio y Estado concreto, porque no hay en el mundo Estado suicida capaz de un desafío semejante, salvo tal vez el subestado kamikaze de los talibán. Los fanáticos parten del principio de que están dispuestos a morir por la causa porque así justifican el matar por la causa. La manipulación informativa de esta nueva era de falsa retransmisión de guerras y catástrofes parte del principio de que meter los cadáveres propios y ajenos bajo la alfombra propicia que la guerra, como el arreglo de los grifos, sea cosa de especialistas: políticos, militares y fabricantes de armas.

Manuel Vázquez Montalbán,
25 de septiembre del 2001

La Brecha Digital:

Perspectivas de acción

La denominada “Brecha Digital” es un término resultante de la ausencia de acceso a la información en el contexto de la Red. Si se prefiere una conceptualización más amplia y comprensiva, puede definirla como la distancia “tecnológica” entre individuos, familias, empresas, grupos de interés, países y áreas geográficas en sus oportunidades en el acceso a la información y a las tecnologías de la comunicación y en el uso de Internet para un amplio rango de actividades.

Esa Brecha Digital se produce tanto entre países como al interior de los mismos. Dentro de su amplio campo, se encuentran brechas regionales, brechas entre segmentos socio económicos de la población y aun en sectores de actividad económica, sin descuidar los elementos relacionados con los grados educativos alcanzados por los ciudadanos. Los motivos del mencionado “acceso a la información” se relacionan con una multiplicidad de factores: conectividad, conocimiento, educación, capacidad económica, por mencionar a los más relevantes. La existencia de esta brecha no puede considerarse una novedad, paralela a la novedad que la Revolución Tecnológica implica, sino que, antes bien, es una de las brechas persistentes en la economía contemporánea. De esta manera, lo que se conoce como “Brecha Digital” es la traducción en la Sociedad de la Información de las brechas económicas y sociales que son características en la organización social contemporánea. Esto es singularmente importante si se recuerda que la actual estructura económica internacional es altamente intensiva en información.

CONTEXTO

Actualmente, el mundo en lo general y la región en lo particular, asisten a profundas transformaciones que han originado lo que se conoce como la Sociedad Global de la Información. Esas transformaciones están impulsadas y sostenidas en las nuevas tecnologías para crear, transmitir y difundir la información, y su producto directo, que es el conocimiento.

El concepto de Sociedad de la Información es complejo y el grado de desarrollo del mismo todavía está en elaboración, de la misma forma en que el propio *modelo de Sociedad* se está construyendo. Aún así, puede sintetizarse diciendo que el conjunto de relaciones humanas -y su comportamiento, tanto individual como colectivo-, y organizacionales, se basan en la comunicación y el intercambio

■ Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

El concepto de Sociedad de la Información es complejo y el grado de desarrollo del mismo todavía está en elaboración, de la misma forma en que el propio modelo de Sociedad se está construyendo.

de información. Con la llegada de la “Revolución Tecnológica”, un porcentaje cada vez más importante de ese comportamiento y de esas relaciones se digitalizan mediante la utilización intensiva de los sistemas tecnológicos de Información y Comunicaciones. Así, las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) se definen como los sistemas tecnológicos integrados e interconectados en una Red mundial, mediante los cuales se recibe, se transforma y se transmite la información. De hecho, es necesario consignar que la Sociedad de la Información, como modelo, aún no se encuentra desarrollada completamente, habida cuenta que se trata de una transformación que abarcará a múltiples aspectos.

Este modelo conceptual está demostrando que la transición hacia una Sociedad de la Información impacta en un amplio arco de actividades humanas: económicas, comerciales, financieras, gubernamentales, educativas y sociales, y que la principal consecuencia de esta “era digital” se encuentra en el cambio de las ventajas comparativas y competitivas, con el potencial transformador de buena parte de los factores tradicionales de producción en actividades basadas en el uso intensivo del conocimiento.

Esta transformación y sus implicaciones están siendo globalmente comprendida y emprendida por un conjunto creciente de gobier-

nos y de organismos internacionales. Cada país debe, en esta transición, generar sus modelos de transformación de acuerdo a sus características nacionales y al contexto regional en el que se encuentra inmerso.

Es en este escenario que se inserta el concepto de la Brecha Digital, la que es universalmente considerada como una de las barreras principales para el desarrollo de la Sociedad de la Información y, como consecuencia, como una barrera de alta importancia para alcanzar el nuevo paradigma de desarrollo. La Brecha Digital es la manifestación de una forma de exclusión, con elevada potencialidad para ampliar las diferencias económicas, comerciales y sociales que separan a los países y regiones (Brecha Digital Internacional) y a los individuos y organizaciones dentro de los países (Brecha Digital Doméstica).

Los efectos de la Brecha Digital se materializan en uno de los cambios sociales más significativos en la estructura de las sociedades nacionales contemporáneas, producto de la rápida emergencia de la Sociedad Global de la Información. Sus consecuencias se proyectan, entonces, mucho más allá de la simplificación de una división entre aquellos que tienen y los que no tienen acceso a la tecnología.

Esas consecuencias y efectos son singularmente complejos. Se proyectan en las diferencias entre regiones, entre países, al interior de las naciones, dentro de los sectores productivos y de las empresas y pueden observarse en la competencia y en la competitividad de éstas en los mercados, sean nacionales o globales. Finalmente, esos efectos se materializan en la vida cotidiana de los ciudadanos, en sus opciones educativas, en sus oportunidades laborales, en el acceso a servicios médicos de última generación, en sus relaciones presentes y futuras con la administración del Estado, sólo por mencionar los aspectos más evidentes. Y, sobre todo, las consecuencias se proyectan hacia el futuro, hacia la próxima generación.

Para alcanzar los objetivos de establecer el tamaño de la Brecha Digital regional y, desagregadamente, del estado de situación en la materia de sus sociedades nacionales, se desarrolló una metodología que permite aislar los factores económicos y focalizar el problema sobre tres de las principales variables relacionadas con las TIC que fueron utilizadas en la medición de la Brecha Digital: población que tiene acceso a comunicaciones telefónicas, pe-

netración de computadoras y porcentaje de población que usa habitualmente Internet. Complementariamente se utilizó la educación en la descripción del perfil del usuario.

Para la construcción mencionada, se utilizaron datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU)¹ y del Banco Mundial², que permitieron determinar la relación de las variables mencionadas en el párrafo anterior, con el nivel de ingreso per cápita de los países. Asimismo, debe indicarse que los datos cuantitativos y cualitativos sobre los cuales se basa el estudio, corresponden, como fecha más reciente a febrero de 2003. Debido a la veloz evolución del desarrollo de principales factores de la Sociedad de la Información pueden registrarse eventuales desactualizaciones, aún cuando las mismas no invalidan la visión general. El modelo central de medición, por razones de homogenización estadística, fue construido con los datos correspondientes al cierre del año 2001.

Como resultado inicial, se demostró que existe una fuerte relación entre el ingreso per cápita y las variables TIC. Pudo obtenerse una trayectoria de evolución de esas variables, estableciéndose que existe un nivel esperado de difusión de las TIC de acuerdo al nivel de ingreso per cápita, de forma tal que la distancia que existe entre lo proyectado teóricamente y lo esperado de acuerdo al nivel de ingreso per cápita de los ciudadanos del país, es lo que se ha denominado como "Brecha Digital Pura".

RECOMENDACIONES GENERALES DE ACCIÓN

La Brecha Digital ha sido encarada desde múltiples dimensiones. Se ha enfocado nacionalmente y por grupos de países. Algunos planes para corregir su rumbo o contener sus efectos han sido implementados, inclusive en países de la región. Sin desconocer esas perspectivas nacionales, ni dudar de su efectividad posible, proyectada en el tiempo, y reconociendo que las particularidades nacionales muchas veces no admiten una única y homogénea forma de encarar el problema, la perspectiva de constatación de una importante Brecha Digital de la mayoría de los países de la región en relación con el mundo desarrollado, y aun entre ellos mismos, hacen aconsejable la adopción de un conjunto de iniciativas comunes, fundamentadas en los resultados de este estudio y en la experiencia internacional recogida, tendientes a permitir la obtención de resultados en forma más rápida y en un marco integrado.

El elemento clave en este aspecto es, justamente, lo que durante la última década la Asociación Latinoamericana de Integración ha sostenido como principio fundamental de sus acciones: la convergencia. Ese es el fundamento de las acciones conjuntas propuestas, una convergencia de acciones positivas conjuntas, que no interfieren de manera alguna con las iniciativas nacionales, pero que tienden a sumar en campos de acción que se estiman especialmente relevantes para el desarro-

“

Para reducir la Brecha Digital es imprescindible asegurar el acceso a redes de telecomunicaciones confiables y de eficacia comprobada.

”

llo de la Sociedad de la Información y para la mejor inserción de los países de la Asociación en ella.

Como consecuencia de los objetivos planteados, de la metodología utilizada y de los resultados obtenidos, se propone un conjunto de recomendaciones que contienen acciones, para la resolución de los problemas de infraestructura, capacitación, capilarización de servicios y acceso amplio y democrático a los contenidos disponibles o que puedan ser ofrecidos vía Internet, el fortalecimiento de las empresas de tecnologías de la región, así como la realización de acciones comunes por parte de la Asociación, que permitan materializar el principio de convergencia.

Sintéticamente las áreas donde se recomiendan acciones son las siguientes:

Conectividad y acceso: En esta materia, es preciso atender al menz a dos dimensiones. La primera de naturaleza infraestructural (disponibilidad y costo de acceso, entendido como inversión) y la segunda referida a los costos operacionales (costo del acceso, entendido como mantenimiento).

En materia infraestructural, es necesario profundizar en el conocimiento sobre las carencias regionales, para permitir a las autoridades competentes mejorar su visión de lo que es necesario hacer y de las formas de materializarla, para aumentar el acceso de la población a la Red. Esto tiene que ser completado con una visión comparativa de las experiencias exitosas desarrolladas por algunos de los países de la región en la materia, constituyéndose en un intercambio permanente de información que evite duplicaciones y que permita un mejor aprovechamiento de los avances alcanzados.

Cuando se observan las cifras disponibles, se encuentra una gran diferencia en el desarrollo de las telecomunicaciones básicas entre los países desarrollados y el resto del mundo.

El precio individual y organizacional de acceso a las redes de comunicaciones es singu-

larmente importante como una de las causas de la Brecha Digital, y constituye uno de los elementos decisivos en su ampliación o atenuación. Si bien, en la mayoría de los países de la región, la conectividad tiene directa relación con el funcionamiento del mercado privado de telecomunicaciones, ello tiene un correlato con el objetivo político social de reducción de la Brecha Digital, en el sentido que lo tutelado es un interés público y un interés social.

Para reducir la Brecha Digital es imprescindible asegurar el acceso a redes de telecomunicaciones confiables y de eficacia comprobada. En muchos de los países de la Asociación resulta necesario realizar un gran esfuerzo de inversión para conseguirlo. Una de las medidas que deberían tomar los gobiernos sería evitar las prácticas monopólicas en los servicios de telecomunicaciones, buscando facilitar la conexión a precios razonables, de acuerdo a las condiciones nacionales correspondientes. Así mismo deben promover, en forma decidida, el acceso sin discriminaciones a las redes públicas de telecomunicaciones y proporcionar a la población la mayor cantidad posible de puntos de acceso públicos a Internet, como las escuelas, universidades, bibliotecas, centros de concentración social, etc.

Desde la perspectiva ciudadana, ese acceso no debe ser confundido necesariamente con propiedad de los medios que permiten el acceso. La búsqueda de un incremento en el acceso debe transitar sin duda por la expansión de las posibilidades de adquirir equipamiento y disminución de los costos operacionales, lo cual no es excluyente, sino convergente, con los métodos de acceso por cuentas compartidas, como lo ha demostrado exitosamente, dentro de la región, el caso de Perú.

Información: La Asociación debería convertirse en punto focal de concentración y distribución de información en materia de indicadores clave para la medición de la Brecha Digital, de la misma manera que viene haciéndolo tradicionalmente con las cifras del intercambio comercial. Ello, por al menos dos sólidas razones: la primera es que, tanto la construcción de la Sociedad de la Información como el cierre de la Brecha Digital son, en varios de sus aspectos, fenómenos colectivos; la segunda razón se fundamenta en que muchas de las políticas necesarias requieren una acción coordinada entre los países de la Asociación.

Educación para el aprovechamiento de las nuevas tecnologías (la alfabetización digital): Se ha determinado que la educación es una clave esencial para el desarrollo y que la inversión en capital humano tiene elevadas tasas de retorno, en particular en el campo de ciencia y tecnología. El capital humano de la región no solamente está representado en su actual *stock*, sino fundamentalmente, en el de la próxima generación.

En esta perspectiva, el desarrollo de capital humano en la Sociedad de la Información requiere invertir en activos de base. En consecuencia, acciones decididas deben ser imple-

mentadas en esta área, junto a los esfuerzos para el desarrollo de la educación tradicional. El nuevo paradigma surgido como consecuencia de la revolución tecnológica exige cambios apropiados y requiere de una nueva especie de formación del recurso humano: la alfabetización digital.

En este campo, se formulan cuatro recomendaciones, tratando de maximizar el objetivo propuesto.

En primer lugar, la transmisión general del concepto de Sociedad de la Información, dirigido hacia los tomadores de decisiones del sector público, como forma de comunicar la intensidad de la revolución tecnológica en el desarrollo de los países, de las nuevas modalidades que la inserción de un país requiere en una Sociedad Global de la Información, así como de los impactos que son perceptibles y aquellos que han sido proyectados en el crecimiento económico, en la producción y en el comercio internacional.

En segundo lugar, profundizar la difusión del uso de las TIC en la enseñanza, proyectada hacia los actuales educadores y hacia los activos de la próxima generación, por medio de una revisión de los planes de estudio, la dotación de una mayor conectividad a los establecimientos educativos, especialmente los de la educación pública, el equipamiento de esos centros y el desarrollo de políticas de perfeccionamiento docente.

En tercer lugar, dirigir hacia la población en general, la difusión del uso de las TIC entre los habitantes de los diferentes territorios mediante la acción estatal. A partir de los amplios antecedentes internacionales existentes y potenciando las experiencias nacionales, resulta recomendable la instalación de nuevos sitios que permitan a los habitantes obtener servicios por parte del Estado. El mayor poder inductor en el uso de las TIC por parte de los habitantes se alcanzará implementando aquellos trámites más frecuentes y de mayor impacto social.

Finalmente, en cuarto lugar, proyectar hacia el interior de la administración de los Estados, el incentivo al uso de las TIC en la gestión del sector público. En este sentido, los Estados tienen un papel indelegable en la generación de aplicaciones de gobierno electrónico, las cuales deben enfocarse, por un lado, a responder a las necesidades y mejoramiento de su propia gestión interna y, por el otro, a atender las demandas de la sociedad con respecto a transparencia, información y prestación de servicios.

Desarrollo de mecanismos tendientes al fortalecimiento de las empresas de tecnología en la región: La región es netamente deficitaria en la generación de tecnologías, pudiendo considerarse como adoptadora neta de la misma. Esta es una manifestación importante que contribuye a alimentar la Brecha Digital. En este sentido, el resultado de la balanza comercial regional asociada a la tecnología es ampliamente deficitario. Ello revela varios aspectos que deben oficiarse como un llamado de aten-

“

En el caso del impulso a las industrias regionales de contenidos, se constata que existe una muy baja tasa de generación de nuevas patentes de invención en la región

”

ción: el primero de ellos se refiere a las dificultades que enfrentan los países que no se insertan en la producción de bienes y servicios tecnológicos, intensivos en conocimiento y de alto valor agregado; el segundo, permite observar que la inacción únicamente profundizará la brecha productiva y empresarial en el campo de la innovación.

En este marco, se han de proponer dos recomendaciones principales: el impulso a las industrias de contenidos y el fomento del sector de aplicativos.

En el caso del impulso a las industrias regionales de contenidos, se constata que existe una muy baja tasa de generación de nuevas patentes de invención en la región y si bien no es posible competir en el corto plazo con las potencias industriales, al menos es posible intentar un cambio en el largo plazo por medio de nuevas líneas de investigación. El conocimiento y la ciencia aplicada (tecnología) permiten el desarrollo de los países y por ende es una muy potente herramienta para disminuir “las trampas de pobreza”. Los contenidos en la sociedad digital son una materia prima estratégica. Los contenidos de cada cultura son la razón de ser de las tradiciones, las particularidades regionales y la propia identidad de los países. Todo esto hace necesario no sólo mantenerlos sino también generar, dentro de las nuevas tecnologías, las herramientas necesarias para su preservación y divulgación. La generación de contenidos generales y locales, es una herramienta poderosa en la cadena de valor de las TIC.

En el caso del fomento del sector de aplicativos, se observa que, en varios países de la región, el sector o industria de los aplicativos (software) ha mostrado una dinámica vigorosa expresada en sus potencialidades de difusión regional y de exportación, su importante capacidad de creación de empleo y su característica de retener recursos de capital humano de alta especialización dentro de los países. En

esta materia se sugerirán una serie de medidas para el desarrollo de la industria del software.

Participación creciente en los foros y organismos internacionales especializados en Internet y otras acciones de cooperación entre los países miembros de la Asociación: La mayoría de las estrategias para el desarrollo de la Sociedad de la Información, y, consecuentemente, para el combate a la Brecha Digital, requieren de un enfoque internacional. Como se ha indicado con acierto, “en algunos ámbitos, la cooperación internacional es necesaria para evitar cuellos de botella; en otros, puede ser extremadamente valiosa para acelerar el ritmo de la transición para todos los participantes. La cooperación regional debería canalizarse a través de las instituciones y mecanismos existentes, pero también es preciso que se reconozca el hecho de que en adelante habrá que realizar nuevas tareas y que las distintas autoridades nacionales de la Sociedad de la Información deberán coordinar sus actividades a escala regional”³.

En consecuencia, esta cooperación es enfocada desde una triple perspectiva.

La *primera perspectiva* se refiere a la participación en las discusiones internacionales acerca de la Sociedad de la Información: los países de la región deberían buscar dentro de sus ámbitos naturales de integración, un intercambio y coordinación de sus intereses en materia de desarrollo de la Sociedad de la Información. Sería, además, aconsejable que las perspectivas pudieran ser consensuadas en tales instancias, permitiendo, adicionalmente, la presentación de posiciones homogéneas en algunos de los organismos y foros internacionales.

La *segunda perspectiva* se refiere a la existencia de un campo sumamente amplio y fértil para la cooperación en el seno de la Asociación, a partir del intercambio de las experiencias desarrolladas exitosamente en algunos países, que podrían ser de utilidad para los demás países de la Asociación. Es así que, en el actual contexto internacional, se considera oportuno el desarrollo de una instancia superior de convergencia para administraciones gubernamentales y sector privado en el seno de la ALADI, la que deberá constar de múltiples dimensiones, como podrá observarse en el Capítulo del Conclusiones de este estudio.

Finalmente, la *tercera perspectiva* se refiere a la búsqueda de la participación en la Administración Técnica de Internet: gobiernos y, coordinadamente, el sector privado, deberían participar activamente en los trabajos de la Corporación para la Asignación de Nombres y Números en Internet (ICANN), así como en foros y reuniones internacionales sobre Sociedad de la Información.

Notas y referencias bibliográficas

- 1 Internacional Telecommunication Union. <http://www.itu.int/home/index.html>.
- 2 World Bank <http://www.worldbank.org>
- 3 CEPAL. Los caminos hacia una Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe. LC/6-2195 (Conf. 91/3). Santiago, 24.12.2002.

Galería de Papel



Galería de Papel. Fotografía: Gabriel Osorio

¡Cállate, calle!

“La censura, aunque hable francés, es indecente”

Antolín Sánchez

La censura es un veto a la libertad de creación y de expresión de las ideas. Este acto, venga de donde venga, y hable la lengua que hable, es sencillamente repudiable. Para ejercer la censura es necesario ante todo el factor poder. Ya que, desde el poder institucional, privado o público, y para conservar el poder y los beneficios que del mismo se derivan, se ejerce la censura.

Un censor actúa siempre enarbolando las banderas de los principios morales, religiosos o patrióticos de la sociedad en la cual se mueve. Un censor, es un silenciador de la opinión contraria, es un controlador oficial de las ideas, es un ser negado a la palabra disidencia, es un perseguidor de imágenes desnudas, reveladoras o crudas.

La censura en el sector cultura venezolano no es nada nuevo. Los creadores disidentes o vanguardistas, en diversas circunstancias, han sido víctimas de la censura. En la democracia anterior y en esta suerte de autoritarismo, vestido de democracia que estamos viviendo, el filo de la tijera del censor ha estado presto para entrar en acción.

Un nuevo caso de censura se nos vino encima en ocasión de la celebración del Mes de la Fotografía, auspiciado por la Embajada de Francia, quien después de convocar a 350 fotógrafos a mostrar un panorama de la fotografía en Venezuela, procedió a rechazar las imágenes que consideraba inconvenientes. La respuesta de los fotógrafos se hizo sentir y de inmediato 40 participantes retiraron sus piezas, entre ellos cuatro Premios Nacionales. Al grupo se unió la voz del curador de la muestra Juan Carlos Palenzuela, quien inmediatamente renuncia al cargo y califica la conducta de la Embajada como “censora, pacata y torpe”. La fotografía documental, en su mayoría integrada por

reporteros gráficos de diarios capitalinos, fue la que recibió el mayor impacto del dedo censor, quien apoyándose en el Convenio de Viena los dejó fuera del evento. Igualmente fueron rechazadas fotos con un contenido editorial como la de Pietro Daprano, artista que desde hace tiempo viene trabajando con imaginarios que desnuda la realidad del poder militar como institución cerrada, actualmente, más que nunca, marcada por los vicios de la politiquería. Antolín Sánchez, fotógrafo censurado argumenta que “hay que ser demasiado ingenuo o cínico para organizar un evento fotográfico de esta escala, en la Venezuela actual, pretendiendo total asepsia política. Si es lo que se desea, podrían haber organizado un evento de floricultura, aunque habría que ver si los colores podrían asociarse con la situación nacional”.

Nelson Garrido, Premio Nacional de Arte y fotógrafo de amplia trayectoria, quien ha hecho de la lucha contra la censura el real motivo de su acción creativa, convocó a los censurados a mostrar sus piezas en las salas de su ONG en Caracas, excelente espacio artístico para la creación. Paralelo a esta actividad, Isbelia Castillo, fotógrafa de la realidad de la calle, la cual según ella expresa a “viva imagen”, dejó ver en los pasillos del Pasaje Zing lo que los censores querían borrar.

Ambas muestras expresan la cara, la huella, el día a día de un país que se revienta a pedazos en la búsqueda de un sitio para la vida. En esta edición de la Galería de papel queremos dejar ver algunas de las imágenes censuradas, para llenar los vacíos que quedaron en el llamado *Primer Mes de la Fotografía, Caracas 2003*.

VÍCTOR HUGO IRAZÁBAL

irazabalzu@yahoo.com



- La Sociedad de la Información en Venezuela
- Construyendo el camino hacia Ginebra
- Dilemas éticos en la Sociedad de la Información
- El “Informe MacBride”:
un modelo de comunicación global
- El sur y la comunicación,
¿una relación de dependencia?
- Medios digitales y cambios en el periodismo
- “Hoy ni escena ni espejo, sino pantalla y red”
- Antonio Pasquali y la utopía comunicacional
- La Sociedad de la Información con objetivos
de Inclusión y Equidad
- Mitos y estrategias socializantes de la cultura
mediática
- TV propaganda en el paro nacional: ¿quo vadis?
- Documento: La brecha digital, perspectivas
de acción (ALADI)