



Pietro Daprano / Sueños húmedos / Galería de papel

Impacto
de las nuevas
tecnologías
de información y
comunicación

Elias M. Said H. ■

Resumen

El propósito de este estudio – planteado en el marco del trabajo de investigación titulado “La hibridación cultural y el impacto de los programas transmitidos en la TV por suscripción en el establecimiento de las necesidades del venezolano” – es analizar el rol e impacto de la TV por suscripción, dentro de las nuevas tecnologías de información y comunicación, en lo referente al proceso de hibridación cultural llevado a cabo en la sociedad venezolana a comienzos del siglo XXI, el cual está enmarcado en el proceso de globalización, actual fase del sistema capitalista, presente en el mundo contemporáneo, caracterizada

por encontrarse en una época de transición entendida por muchos como posmodernidad, en donde los diferentes elementos característicos del modelo propuesto por la modernidad han ido perdiendo vigencia; y, por último, el grado de incidencia que va a tener este sector, a través de los programas transmitidos en él, en el proceso de inducción del conjunto de necesidades existentes en la sociedad, en general, y en cada uno de los miembros de ella, en particular.

Abstract

The purpose of this study is to analyze the impact and role of the television by subscription, inside of the new outcoming technologies of information and communication, regarding

to: The process of cultural hybridization that has been accomplished inside of Venezuelan society in beginning of the XXI century, which had been enshrined in the process of globalization; current phase of the capitalist system, present in the contemporary world, which is characterized by been in a period of transition, understood by many as post-modernism; where the different feature elements of the model proposed by modernism had lost validity, and last the grader of incidence that this sector is going to have through the transmitted programs in it, during the induction process of the group of needs present in the society, in general and in every one of each members of it, in particular.

La TV por cable y la formación de las necesidades del venezolano



EL PROCESO DE GLOBALIZACIÓN

En la actualidad se vive en un período crucial de transición histórica, producto de los diferentes avances tecnológicos, en especial en el área de las comunicaciones, enmarcados en la actual fase del sistema capitalista conocida como globalización.

Este término es quizás la palabra menos definida, la menos comprendida y, tal vez, la más difundida en estos años para enmarcar el conjunto de transformaciones experimentadas en todos los ámbitos de la sociedad. Debe ser entendida como una serie compleja de microprocesos y no como un proceso único que afecta a los grandes sistemas; ya que no solamente abarca lo "ahí afuera", externo al individuo, sino los aspectos intrínsecos de cada uno de ellos, es decir, lo "ahí adentro".

La globalización, así como el conjunto de transformaciones experimentadas dentro de esta fase del capitalismo, va a girar entorno a lo que se entiende como "posmodernidad"¹, caracterizada por la percepción de distintos elementos presentes en la modernidad en choque, de forma constante y contradictorios, con los cambios experimentados en la sociedad actual.

Indudablemente, los avances dentro del área tecnológica contribuyen a los cambios indicados de forma acelerada desde comienzo del siglo XX, con la invención de la antena de ondas hertzianas por Marconi en 1895, y en especial desde 1970, cuando se consolidan nuevas áreas de conocimiento, tales como: la informática; la microelectrónica; la ingeniería, dando inicio a la ruptura de las coordenadas espacio-temporales existentes.

Así, nos encontramos hoy en una sociedad donde la producción en masa ya no es, únicamente, de bienes materiales, sino de información, elaborada por "la aparición de la "industria del conocimiento" resultado de los rápidos cambios tecnológicos ocurridos en el campo de las telecomunicaciones y la informática" (Pineda de Alcazar, 1996: 50).

Es en esta sociedad –entendida por muchos como "sociedad de la información"– en donde se ha hecho cada vez más tangible el proceso de cambio dentro de los diferentes modos de producir, de vivir, de relacionarnos con la cultura, y de organizar el orden geopolítico y económico en el mundo contemporáneo, producto de la revolución tecnológica, la cual ha incidido en la elaboración del conjunto de valores e ideas presentes actualmente, producto del paradigma técnico-económico

característico en la sociedad de hoy. En este período de cambios rápidos, están en juego la forma del ser, las diferentes maneras en que nos observamos a nosotros y a los demás; así como los modos de experiencias de los hombres cuya sensibilidad está siendo reestructurada por la influencia urbana. Compartimos lo expresado por Ihab Hassan, citado por Brünner (1998), en el sentido de estar en "un momento antinómico que presupone un vasto deshacer (*unmaking*) de la mentalidad de Occidente".

Actualmente, nos encontramos en una época donde, a causa de la disolución de los referentes tradicionales, nos vemos en la necesidad de elaborar significaciones más complejas interrelacionadas de una forma más integral, para así captar más claramente las dimensiones que están presentes en una actualidad caracterizada por el "pastiche" de elementos que ejercen influencia de forma directa en la sociedad.

En el presente, vivimos en ciudades y pueblos –considerados espacios en donde se mezclan una gran cantidad de símbolos– en los que cada uno de sus habitantes son permeados ante los diferentes símbolos expuestos ante ellos, agudizando los cambios acelerados y continuos de las coordenadas existentes en el mapa cultural presente en la sociedad.

A través del imaginario, el cual se constituye en el principal medio de recepción de esta ola de imágenes, signos y señales que son expuestos a cada persona continuamente por medio de los diferentes medios de información / comunicación: "una bomba de información está estallando entre nosotros, lanzándonos una metralla de imágenes y cambiando drásticamente las formas en que cada uno de nosotros percibe y actúa sobre nuestro mundo privado" (Toffler, 1992: 186). Esto contribuye a la erosión progresiva de los objetos materiales, dando paso a un nuevo bien de carácter virtual –no tangible– visto a través de los medios de información / comunicación, convirtiéndose, el territorio que habitamos se convierte en un territorio imaginario.

LA HIBRIDACIÓN CULTURAL

Es en esta fragmentación del ser que el proceso de hibridación cultural va a ser uno de los elementos que van a permitir apreciar las diferentes dimensiones de los cambios en las identidades culturales existentes en la sociedad, como resultado del proceso de globalización, el cual ha originado "procesos socioculturales en los que

estructuras o prácticas discretas, que existían de forma separada y que ahora se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas" (García Canclini).

La hibridación cultural va a surgir de la creatividad existente, tanto individual como colectiva, en donde se busca entrecruzar y sostener, como destaca Barbero, citado por Colina (1998), "relaciones de lo territorial y lo global, del lugar y del mundo". Este término no sólo enmarca o describe los diferentes procesos de entremezclar la cultura local con la cultura global, sino que se hace imprescindible para reconocer las contradicciones que surgen a lo largo de dicho proceso en la reelaboración de manifestaciones culturales.

En la actualidad, se está llevando a cabo un proceso en donde no sólo se crean nuevas dimensiones del mercado – cada vez más mundial – sino que se está dando un proceso de ampliación de los mensajes, producto de la pérdida de la noción de fronteras existentes anteriormente. Acentuándose el proceso de hibridación cultural y por ende, de las paradojas dentro del ámbito cultural ya que, si bien existen fuertes tendencias homogeneizadoras, también se está ante un proceso de diversificación cultural, que trae como consecuencia la reelaboración cotidiana de las identidades culturales, de acuerdo con este flujo de información, de forma temporal y acelerada, "la cuestión es entender cómo la dinámica propia del desarrollo tecnológico remodela la sociedad, coincide con movimientos sociales o los contradice" (Castells, 1989: 287).

En lo que se refiere a América Latina, diremos que "la latinidad siempre fue una construcción híbrida, en la que confluyeron las contribuciones de los países mediterráneos de Europa, lo indígena americano y las migraciones africanas. Actualmente, esas fusiones constitutivas de lo latinoamericano se amplían en interacción con lo anglo (...) y se remodelan también en diálogo con culturas de Europa y aún en Asia" (García Canclini).

Por ello, Latinoamérica es considerada una región cuya construcción es imaginaria y fundada en la heterogeneidad, en donde lo mezclado y lo puro, lo interno y lo externo, y lo propio y lo ajeno coexisten².

LOS PROCESOS CULTURALES EN LA SOCIEDAD VENEZOLANA A COMIENZOS DEL SIGLO XXI

Comprender los procesos culturales y los cambios dados en la sociedad venezolana

es tener presente las diferentes relaciones que habrá entre lo cultural y la sociedad, las cuales se hacen imprescindibles al momento de establecer las diversas condiciones sociales que inciden en la reconfiguración del paisaje cultural venezolano.

Para comprender la hibridación cultural en Venezuela hay que tener presente las experiencias y expectativas sociales, que son elaboradas a partir de la heterogeneidad económico-social y cultural de la sociedad venezolana; así como las relaciones de explotación y dominación que han estado presentes en ella a lo largo de la historia de nuestro país.

La cultura urbana en Venezuela va a presentar una condición paradójica, a saber: la inserción de la modernidad sin haber dejado de lado las diferentes formas de culturas orales, incorporándose a este período, no a través de la cultura ilustrada, sino por medio de una oralidad secundaria, cuyo principal instrumento de difusión son los mensajes expuestos a través de la industria cultural de masas, y, posteriormente, con las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC).

Es a partir del establecimiento de esta industria cultural en nuestro país que se experimenta, en primer lugar una acentuación de la reconfiguración de lo popular y de las creencias enmarcadas bajo esta categoría, las cuales son adaptadas a las condiciones de dicha industria; y en segundo lugar, una resignificación de lo "culto", desde mediados del siglo XX y en especial en las últimas décadas, en donde las manifestaciones culturales populares confluyen y se entremezclan con las distintas culturas, enmarcadas como elitescas; todo ello de la mano, de la industria cultural y de los diferentes movimientos vanguardistas.

Lo interesante de todo esto no es sólo la reconfiguración de las creencias populares, sino, los diferentes niveles de profundidad que toma, enriqueciéndose y tomando dimensiones cada vez más amplias y complejas en la actualidad, readaptando los diferentes elementos que integran el paisaje cultural del venezolano, de forma paralela, con el conjunto de transformaciones socio-económicas.

Por esto, al momento de pensar el paisaje cultural en Venezuela, se hace necesario concebirlo como un *collage* de identidades culturales, producto del proceso de sincretización; así como por los cambios experimentados en cada uno de los ámbitos que forman parte de las relaciones sociales.

“

Por esto, al momento de pensar el paisaje cultural en Venezuela, se hace necesario concebirlo como un *collage* de identidades culturales, producto del proceso de sincretización; así como por los cambios experimentados en cada uno de los ámbitos que forman parte de las relaciones sociales.

”

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN / COMUNICACIÓN

La expresión "nuevas tecnologías" (NT) encierra al conjunto de innovaciones, de naturaleza distinta, de aparatos tecnológicos sofisticados, los cuales, muchos de ellos, son extensión de "viejas o conocidas tecnologías". Surgen del cruzamiento de la informática, la electrónica y las telecomunicaciones llevadas a cabo en la era *telemática*.

Muchas de estas NTIC son resultado de los diferentes avances tecnológicos logrados a lo largo de la historia de la humanidad; y en especial, después de la Segunda Guerra Mundial, tal es el caso de Internet, la biotecnología, la informática, entre otras. Ellas, se diferencian de las "viejas" tecnologías —dependientes del trabajo físico—, en el hecho de que se basa en un nuevo modo de explotación del trabajo, el intelectual.

Las NTIC "sirven para el manejo, almacenamiento, procesamiento y transmisión de datos y señales, los cuales una vez convertidos en información procesada son esenciales para la toma de decisiones o para el desarrollo de acciones concretas

en campos como el financiero, el económico, el industrial, el científico, el social y el cultural". (Pineda de Alcazar, 1996: 57).

Vivimos en un mundo en el que las NTIC han dejado de considerarse periféricas para asumirse básicas en las economías, transformándose en el centro neurálgico de disputa por el control del poder y de la hegemonía mundial. Es, bajo esta constante lucha por el control de los diferentes avances científicos-tecnológicos, que las grandes corporaciones irrumpen como los principales actores en el escenario mundial, dentro de una sociedad cada vez más informacional.

Por lo tanto, no sólo, nos hallamos ante una nueva fase del capitalismo (globalización); sino que nos ubicamos en un período en el que la plutocracia³ resurge de la mano de las grandes corporaciones⁴. Es bajo esta nueva *plutarquia mediática* que se experimenta un aumento en los niveles de concentración dentro del sector y, de esta forma, la imposibilidad de llevar a cabo un proceso verdadero de democratización dentro de la sociedad, de igual acceso y participación por parte de cada uno de los individuos.

LA INDUSTRIA CULTURAL Y EL ESTABLECIMIENTO DE LAS NECESIDADES EN LOS INDIVIDUOS

Con frecuencia los límites de la industria cultural son difíciles de definir. No todos los bienes culturales son elaborados por dicha industria. En ella convergen formas culturales en un mismo espacio y tiempo, las cuales son vaciadas del significado original, producto de nuevos valores y cargas provenientes del soporte tecnológico —que permite explotar en su totalidad los sentidos del individuo—, así como por la interacción de íconos pertenecientes a otras formas culturales tomados para la inserción de mercados culturales de otras sociedades.

Nos encontramos en un mundo en el que estamos expuestos a un continuo bombardeo de mensajes standards, masificados, los cuales traspasan las fronteras de los diferentes países y las identidades pertenecientes a cada una de ellas continuamente. Reconfigurándose, de esta forma el ecosistema cultural de forma más compleja. Si hay un medio de información / comunicación, dentro de la industria cultural actual, en donde se puede apreciar esto, es en la televisión por suscripción, a través de la cual "se combinan los textos

creados por la industria transnacional especialmente la estadounidense con los melodramas nacionales y las transmisiones locales en unos efectos de hibridación en que confluyen diferentes tipos de relatos, se conectan deseos, aspiraciones e intereses muy diferentes, circulan conocimientos que antes eran accesibles y se producen procesos de socialización más abiertos que hace unos años” (Martín-Barbero, 1999: 54).

La dinámica de esta industria es compleja. Entre sus relaciones la que consideramos central es la que establece con los medios audiovisuales, debido a que, si bien “*toman a su cargo (...) la promoción de los productos artísticos más diversos (...) los retoman, a riesgo de tener que modificarlas en función de su problemática, si les permiten incrementar o mantener su audiencia*” (Miège y Pailliart, 1995:24).

Todo, producto del proceso de producción de plusvalía ideológica⁵, el cual es puesto en marcha por la industria cultural, a través de las innovaciones tecnológicas, en especial, las NTIC. Ello, con el fin del incremento continuo y rápido de capital material, así como del capital ideológico que sirva para el proceso de alienación de los individuos, el cual condiciona continuamente sus mentes, por medio de los mensajes –en busca de la legitimación del sistema existente y del orden material de las cosas– expuestos al continuo bombardeo de informaciones e imágenes, recibidos y procesados sin tener una clara percepción de la no-neutralidad social de dichos mensajes.

Hoy más que nunca podemos afirmar que las NTIC, en especial la TV por suscripción, son los principales instrumentos ideológicos para afianzar el poder y justificar el orden material de las cosas impuestas por las clases dominantes, ya que ella “*se nutre de la realidad social para representar y sedimentar estereotipos de vida, antivalores y la más variada gama de contenidos (...) bajo la forma de espectáculo*” (Hernández, 1995: 93).

La audiencia “*no se enfrenta a la pantalla vacía en ideas, emociones, historias y expectativas*” (Orozco, 1991: 57). Además de la televisión, intervienen un conjunto de mediaciones en la audiencia⁶, las cuales intervienen en la decodificación de los mensajes.

El proceso de recepción no se circunscribe al tiempo que se transcurre frente a la pantalla, comienza incluso antes, cuando se decide qué y cuándo ver los

canales y programas. La recepción no es unívoca, ni lineal, ni homogénea; ya que el proceso de decodificación de los mensajes toma rasgos altamente sociales en la medida en que cada uno de los individuos atienden a la unidad cultural de la que forman parte.

Este complejo entramado de mediaciones, presentes en el proceso de recepción de los mensajes emitidos por la televisión inciden, de forma notable, en el establecimiento de las necesidades presentes en el individuo, así como en los diferentes niveles existentes en ellas.

Con Lefebvre, citado por Abouhamat (1970), decimos que “*el hombre es un ser de necesidad y ésta una forma de existencia que traspasa lo social*”. El estado de las necesidades está condicionado por la sociedad en el hábitat del individuo, tanto en su carácter como en su intensidad y satisfacción. El interés que es dado hacia un fin u objeto viene por el valor que le es atribuido por parte del individuo. Dicho valor, no sólo está establecido por el valor de uso, sino por el valor de cambio simbólico, establecido por el trabajo que cada objeto encierra en la “producción” del mismo, así como por el conjunto “*de significaciones sociales, ajustadas a las variaciones económicas, portadores de una jerarquía cultural y social*” (Baudrillard, 1997: 13).

No se tiene una clara delimitación de las fronteras de cada una de las necesidades existentes –tanto las “primarias o fundamentales” como “secundarias o no-fundamentales”, complejizándose, la identificación y establecimiento del conjunto de prioridades formuladas por el individuo al momento de satisfacer cada una de ellas.

EL IMPACTO DE LA TV POR SUSCRIPCIÓN

¿Cuál es la incidencia de los programas transmitidos a través de la TV por suscripción como instrumento para la hibridación cultural, en el proceso de inducción de las necesidades del venezolano? ¿Cómo se articula el conjunto de elementos teóricos referidos anteriormente, con lo extraído a través de los datos recolectados en el trabajo de investigación tomado en consideración para este estudio?

Antes de pasar a responder estas preguntas cabe señalar que este trabajo de investigación tuvo carácter exploratorio-descriptivo. Los principales instrumentos empleados fueron los siguientes: cuestio-

narios de tipo semi-estructurados, con preguntas abiertas, cerradas y mixtas a los individuos que cumplan con el perfil establecido; entrevistas a expertos en el área tecnológica de la comunicación; así como a especialistas que hayan trabajado el tema y a los ejecutivos dentro de las empresas de TV por suscripción.

Como universo estuvo constituido por todos aquellos individuos que habitan el Área Metropolitana de Caracas y que tienen la oportunidad de ver los diferentes programas transmitidos a través de la TV por suscripción. De este universo se particularizó para este estudio a individuos que además de habitar en esta área geográfica, vivan en las tres zonas geográficas seleccionadas para este estudio; que se ubiquen en el rango de edad entre los 12 y 29 años; y que hayan tenido la posibilidad de acceder los diferentes canales y programas que son transmitidos a través de la TV por suscripción de forma constante en los últimos 6 meses por lo menos.

Tomando en cuenta que el universo de este trabajo es de 130.434 usuarios de TV por suscripción para finales de 2000 en el Área Metropolitana de Caracas⁷, y la población objeto de estudio es de 48.326 usuarios, siendo la muestra representativa de un 10% de 4.833 usuarios y en vista de las distintas carencias que limitaron la realización de esta investigación, sólo se tomaron 42 casos seleccionados mediante un muestreo no probabilístico, no estadístico y casual; conjuntamente con dos (2) entrevistas a ejecutivos del sector y dos (2) entrevistas a investigadores y especialistas. Demás está decir que, a pesar de no ser representativa la muestra tomada, la misma permitió establecer una serie de conclusiones parciales en lo referente a la incidencia de la TV por suscripción en el proceso de hibridación cultural y en el establecimiento de las necesidades del venezolano.

Dentro de esta área geográfica se seleccionaron tres zonas, a saber: Alto Prado, Colinas de Bello Monte y Pueblo de Baruta, debido a las relativas condiciones socioeconómicas homogéneas de cada uno de los habitantes de ellas. Estas serie de condiciones fueron mostradas a partir de una serie de indicadores suministrados por el Nelson Paul de Marcanálisis. Entre los indicadores tomados en cuenta tenemos: el nivel educativo, la actividad comercial-laboral, las actividades sociales, posesión y disfrute, y los ingresos familiares.

Una vez establecido este conjunto de consideraciones metodológicas; comen-

zaremos señalando que, de los datos recolectados, se observa cómo el conjunto de transformaciones dentro del sistema comunicacional, en especial en lo que se refiere al desarrollo de la TV por suscripción en Venezuela desde 1987⁸, ha traído consigo un complejo proceso de imbricación simbólica al que cada uno de los individuos se encuentran expuestos diariamente. Ello, como consecuencia de la gran variedad de opciones dentro de la programación existente a través de este medio.

La audiencia tiene la posibilidad de acceder a manifestaciones culturales, producidas en distintos espacios y tiempos, a través de un solo medio: la TV por suscripción. Así se convierte el territorio que habitamos en un territorio imaginario en el que prevalece un pastiche de elementos culturales locales y globales, aparentemente seleccionados de forma aleatoria. (Ver tabla N° 1)

Todas ellas	39.1 %
Expresiones culturales modernas o globales	28.2%
Expresiones culturales de otros países	23.9%
Expresiones culturales locales, tradicionales o folklóricas	6.5 %
Ninguna	2.3 %
TOTAL	100 %

Por estar consciente de ello es que se señala que lo local y lo global no se excluyen mutuamente, debido a que la perspectiva que se tiene de la globalización permite apreciar el acercamiento de "culturas locales"; haciendo que se deba redefinir dicho proceso de la forma en que Robertson, citado por Beck (1998) propone, es decir, como "glocalización", término empleado de la unión de globalización y localización.

De lo dicho hasta ahora, se comprueba cómo el flujo de información/comunicación transmitido a través de la programación de la TV por suscripción, nos permite observar el rol decisivo de la TV por suscripción, producto del aumento progresivo de la penetración que ha tenido en la sociedad venezolana desde sus inicios, en el reconocimiento sociocultural, así como del deshacer y rehacer de las identidades colectivas existentes tanto de



La audiencia tiene la posibilidad de acceder a manifestaciones culturales, producidas en distintos espacios y tiempos, a través de un solo medio: la TV por suscripción.

Así se convierte el territorio que habitamos en un territorio imaginario en el que prevalece un pastiche de elementos culturales locales y globales, aparentemente seleccionados de forma aleatoria.



los pueblos como de los grupos, como resultado del proceso de hibridación cultural, si bien no en la totalidad de la sociedad venezolana por lo menos en aquellos sectores de la población que están en contacto directo con él.

Ello, debido a que, siguiendo lo expresado por los ejecutivos e investigadores entrevistados, la TV por suscripción permite ampliar el banco de imágenes personales y contribuir a la fragmentación del ser y de las representaciones del mundo en cada uno de los individuos. Contribuye al aumento de la posibilidad de una mayor interacción con otras formas culturales, favoreciendo entremezclar manifestaciones foráneas, en especial, la estadounidense, con las expresiones locales o tradicionales; y con ello, a la reelaboración de las identidades culturales de la sociedad venezolana.

Así mismo, los datos de la investigación reflejan, en lo que se refiere a la influencia de los programas de TV por suscripción en la forma en que la población ve el mundo, como un elevado porcentaje de los entrevistados (64.3 %) considera que este medio incide de forma activa en este aspecto, siendo la exposición de imágenes de la vida cotidiana (23.8 %), y de la exposición y aprendizaje de otras formas culturales (19 %), entre las principales formas de llevarse a cabo dicha influencia (Ver tabla N° 2).

**TABLA N° 2
MODO EN QUE INFLUYEN
LOS PROGRAMAS EN LA FORMA
DE VER EL MUNDO**

A través de a exposición de elementos cotidianos o de la vida diaria	23.8%
A través de la exposición y aprendizaje de otras formas culturales	19%
A través de la exposición de mensajes condicionados	16.7%
No influye	11.9%
A través de la exposición de formas de vidas distintas	4.8%
SUBTOTAL	76.2%
No sabe o no contestó	23.8%
TOTAL	100 %

Lo señalado hasta ahora nos permite apreciar cómo la globalización tecnológica, en especial la llevada a cabo por la TV por suscripción, no sólo va a incidir en la división del trabajo, en el surgimiento de nuevas dimensiones del mercado y en la rearticulación de las diferentes relaciones sociales, a través de los diferentes fenómenos existentes en ella; sino que va a traer consigo la aparición de un *nuevo sensorium*, en donde se va a dar el redimensionamiento del conjunto de experiencias urbanas presentes en cada uno de los miembros de la sociedad venezolana.

Además, la TV por suscripción por medio de los canales y programas transmitidos en ella, al cumplir un importante rol en el desarrollo del proceso de hibridación cultural, acentúa la ruptura del sistema de estructuración cultural, ya que en el presente las distintas manifestaciones culturales guardan en su seno tendencias variadas, producto de la interacción y entremezclamiento con otras identidades existentes, las cuales, gracias al confluir de mensajes a través de las NTIC, el intercambio en la calle, entre otros, están siendo permeadas por una gran diversidad de símbolos y señales de sociedades diferentes a la venezolana, formando, con ello, un complejo y contradictorio entramado de mensajes provenientes, no sólo de lo local, sino también de lo global.

Con respecto a los mensajes de la TV por suscripción que percibe la audiencia (Ver tabla N° 3), se aprecia cómo la visión que ella tiene acerca de este medio de información/comunicación, va a ser, fundamentalmente, del tipo que favorece o

ayuda al desarrollo humano⁹ de cada uno de los sujetos en las distintas facetas en las que se desenvuelven dentro de la sociedad.

Se observa, además, cómo un elevado porcentaje de los entrevistados considera que la TV por suscripción, principalmente, transmite mensajes educativos y afines; mostrándose con ello la visión de un medio a través del cual se aprende una serie de temas que contribuye en la formación educativa e intelectual del individuo.

**TABLA Nº 3
MENSAJES TRANSMITIDOS
EN LA TV POR SUSCRIPCIÓN**

Educativos y afines	28.2 %
Para todos los gustos	9.4 %
Violentos	9.4 %
Amistad	9.4 %
No muestran ningún tipo de mensajes	7.2 %
Culturales	5.6 %
De la vida diaria y social	5.6 %
Familiares	3.8 %
De independencia, libertad	3.8 %
Recreación	1.9 %
De salud	1.9 %
De moda, estéticos	1.9 %
SUBTOTAL	88.6 %
No sabe o no contestó	11.4 %
TOTAL	100 %

Por otra parte, se puede establecer cómo los programas transmitidos por la TV por suscripción, por medio de la exposición de la vida cotidiana y del aprendizaje de otras formas culturales, van a incidir en la complejización del conjunto de creencias populares presentes en la sociedad. Lo interesante, no es sólo la incidencia que tiene la TV por suscripción dentro de la creencia popular existente en la sociedad venezolana, sino los diferentes niveles de profundidad que va tomando, enriqueciéndose y adquiriendo nuevas dimensiones mucho más amplias y complejas, producto de la relación de esto con los factores socioeconómicos y culturales presentes.

Así mismo, se observa que, a pesar que las condiciones socioeconómicas han limitado, en cierto grado, la expansión del proceso de penetración de la TV por suscripción en el país, este medio posee un rol importante en el proceso de hibridación cultural, con ciertos niveles o matices, según el desarrollo humano y experiencias presentes en cada uno de los in-

“

Así mismo, se observa que, a pesar que las condiciones socioeconómicas han limitado, en cierto grado, la expansión del proceso de penetración de la TV por suscripción en el país, este medio posee un rol importante en el proceso de hibridación cultural, con ciertos niveles o matices, según el desarrollo humano y experiencias presentes en cada uno de los individuos, los cuales condicionan la percepción que hay en el venezolano de los diferentes tipos de manifestaciones culturales percibidos a través de sus programas.

”

dividuos, los cuales condicionan la percepción que hay en el venezolano de los diferentes tipos de manifestaciones culturales percibidos a través de sus programas.

A partir de los resultados de este trabajo de investigación, podemos decir que el valor que posee este medio de información/comunicación en cada una de las personas no viene dado solamente por el valor de uso que le es otorgado, ya sea como instrumento de entretenimiento o aprendizaje de conocimiento; sino también por su valor simbólico, el cual es establecido por las diferentes significaciones o cargas simbólicas que cada uno de los individuos le va a otorgar, influyendo de forma directa en la percepción de los canales y programas transmitidos por la TV por suscripción.

De los datos extraídos se desprende que va a existir una percepción positiva acerca de la incidencia de la TV por suscripción en la sociedad, debido a que se ve a este medio como un instrumento que transmite mensajes fundamentalmente educativos o que favorecen al desarrollo humano en cada uno de los individuos.

Así mismo, se comprueba cómo la reconfiguración del paisaje cultural, como consecuencia del desarrollo de la TV por suscripción en el país, ha contribuido a la ampliación en la diversificación, fragmentación y especialización de la oferta televisiva de canales y programas con los que los individuos están en contacto. Así se abre aún más el mercado simbólico y de mensaje, lo cual permite la renovación de las ya existentes narrativas por medio del contacto con otras formas culturales y sensibilidades, resemantizándolas a favor del establecimiento de una cultura indiferenciada.

La TV por suscripción, no sólo ha permitido ampliar la gama de mensajes, sino ha traído consigo la aparición de una audiencia cada vez más especializada en programas por género – siendo las de mayor preferencia, las Series con 30.9 %, seguida de los dibujos animados con 11.3 %, los videos musicales con 11.3 %, películas con 8.2 %, entre otros – mientras cada uno de los canales que transmite dichos programas, van produciendo a través de estos, sugestivas identificaciones generacionales, así como vinculaciones con nuevas formas de estéticas emergentes y estilos de vida, entre otras cosas. (Ver tabla Nº 4)

**TABLA Nº 4
PROGRAMAS DE MAYORES
PREFERENCIA / POR GÉNERO**

Series	30,9%
Infantiles (dibujos animados)	11,3%
Videos Musicales	11,3%
Películas	8,2%
Documentales	8,2%
Crónicas	7,1%
Informativos	5,1%
Deportivos	4%
Real Show	3,7%
Espectáculos	2,0%
Programas del hogar y afines	2,0%
Comedias	1,0%
SUBTOTAL	95%
No sabe, no responde	5,0%
TOTAL	100%

Como se comprueba en este estudio, en el proceso de recepción, el individuo no asume un rol pasivo ante la diversidad de mensajes al que se expone a través de la TV por suscripción; más bien cumple un papel activo, llevando a cabo un conjunto de “secuencias interactivas”.

En lo referente a la incidencia de este medio en el establecimiento de las necesidades del venezolano, se desprende que los diferentes programas transmitidos por la TV por suscripción van a incidir, de forma directa, en el establecimiento del conjunto de necesidades presentes. Dicha incidencia, vendrá condicionada por el conjunto de elementos socioeconómicos y culturales que van a estar presentes en la realidad de la sociedad venezolana actual. Se aprecia la forma en que los programas transmitidos en la TV por suscripción van a cumplir un rol importante, tanto en el reforzamiento de las necesidades ya establecidas en el individuo como en el establecimiento de nuevas necesidades.

Nos encontramos en un mundo en el que los medios de información/comunicación, en especial la TV por suscripción, va más allá de los contenidos y de la publicidad, convirtiéndose, de alguna manera, los diferentes mensajes e imágenes transmitidos a través de los programas, en escenario del reconocimiento social y de la constitución de nuestros imaginarios.

■ **Elias M. Said H.**
Sociólogo de la UCV

BIBLIOGRAFÍA

- ABOUHAMAD, Jeannette. *Los Hombres de Venezuela. Sus necesidades y aspiraciones*. Caracas, Venezuela, Editorial Universidad Central de Venezuela, 1970. 338 pp.
- ARAUJO, Florangel. "Las telecomunicaciones hoy". En: *Espacios de comunicación*. Serie Azul. N° 1. México, 1996. pp. 103 - 110.
- BAUDRILLARD, Jean. *Crítica de la economía política del signo*. 11ª. Edición. Madrid. España, Editorial Veintiuno, 1997. 263 pp.
- BECK, Ulrich. *¿Qué es la Globalización?* 1ª. edición. Barcelona. España, Editorial Paidós, 1998. 224 pp. Título original: Was is Globalisierung? Irrtümer des Globalismus - Antworten auf Globalisierung. Traductores: Bernardo Moreno y Ma. Rosa Borrás.
- BRÜNNER, José J. *Globalización, cultura y posmodernidad*. 1ª. edición. Santiago. Chile, Editorial Fondo de Cultura Económica, 1998. 257 pp.
- CASTELLS, Manuel. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Tomo 1. 1ª. edición. Madrid. España, Editorial Alianza, 1996. 590 pp.
- CASTELLS, Manuel. "Tecnología de la información y capitalismo global". En: *En el límite*. 1ª. edición. Barcelona. España, Criterios Tusquets Editores, 2001. pp. 81 - 112.
- COLINA, Carlos. "Globalización e hibridación cultural". En: *Anuario Ininco*. N° 9. Caracas, 1998. pp. 225 - 241.
- ESTÉ, María Eugenia. "América Latina: un dispositivo cultural". En: *Comunicación*. N° 81. Caracas, 1er. Trimestre de 1993. pp. 51 - 55.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. "Noticias recientes sobre la hibridación". En: <http://www.acd.ufjf.br/pacc/artelatina/nelson.html>.
- HERNÁNDEZ, Gustavo. "Teleconsecuencias". En: *Anuario Ininco*. N° 7. Caracas, 1995. pp. 73 - 95.
- HORKHEIMER, Max y Theodor W. ADORNO. "La industria cultural". En: *Industria cultural y sociedad de masas*. 3ª. edición. Monte Ávila Editores, 1992. pp. 177 - 230.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Los ejercicios al ver*. 1ª. edición. Barcelona. España, Editorial Gedisa, 1999. 157 pp.
- MIÈGE, Bernard y Isabelle PAILLIART. "Las industrias culturales en la era de los medios audiovisuales y las redes de difusión". En: *Anuario Ininco*. N° 7. Caracas, 1995. pp. 13 - 30.
- OROZCO, Guillermo. "La audiencia frente a la pantalla". En: *Diálogos de la Comunicación*. N° 30. Lima, junio de 1991. pp. 54 - 63.
- PINEDA DE ALCAZAR, Migdalia. *Sociedad de la información. Nuevas tecnologías y medios masivos*. Colección "Post Scriptum". Serie de tesis de grado y trabajos de ascenso. Editorial Universidad del Zulia. Maracaibo. Venezuela, 1996. 189 pp.
- TOFFLER, Alvin. *La Tercera Ola*. 8ª. edición. Barcelona. España, Plaza & James Editores, 1992. 437 pp. Título original: The Third Wave, s. ed, s. f., Traductor: Adolfo Martín.

NOTAS

- 1 Término empleado por primera vez durante 1960 por críticos de la talla de Asan, Fielder, Benjamín, entre otros. a partir de 1970, se generalizó, impregnando a todos los aspectos de la sociedad, como las artes, la arquitectura, entre otros. Su progresivo desarrollo como resultado que, el enfrentamiento modernidad vs. Posmodernidad se acentuara debido a lo importante de esta lucha ya que, no sólo, se traducía en una nueva forma de estilo de corrección, sino de modos de pensar y de concebir el mundo.
- 2 María Eugenia Esté. "América Latina: un dispositivo cultural". En: *Comunicación*. N° 81. Caracas, 1er. Trimestre de 1993, p. 51.
- 3 Entendida como el dominio de la clase rica en la toma de decisiones del gobierno.
- 4 Las cuales adquieren la capacidad de, no solamente, emplear al máximo sus recursos, sino el ejercer influencia en el seno del proceso de desarrollo de los países demandantes de medios y servicios de información / comunicación.
- 5 Término empleado por Ludovico Silva.
- 6 Entre las diferentes mediaciones llevadas a cabo en la audiencia, tenemos: las de tipo videotecnológicas realizadas por la televisión; las cognitivas, conformadas por elementos de tipo racional, emotivo y valorativo; las referenciales, en donde está la identidad del sujeto receptor; y las institucionales, conformadas por la cosmovisión que se va a tener de la familia, los grupos sociales a los que se pertenecen, entre otros.
- 7 Datos aproximativos suministrados por la Lic. María Elena del Río, Gerente de producto de TV por suscripción - SuperCable.
- 8 Fecha en la que se otorga la primera concesión a una empresa del sector.
- 9 Esta categoría, establecida en el "Informe de Desarrollo Humano en Venezuela, 2000", elaborado por la OCEI y el PNUD, se cuantifica a partir de los parámetros antes expuestos, es decir: Disfrute de la vida prolongada y saludable, adquisición de conocimiento y acceso a los recursos necesarios para la obtención de una vida digna. Estos son establecidos en función de una serie de indicadores, tales como: longevidad, esperanza de vida al nacer, nivel educativo y el poder adquisitivo.

