

**Autor: Oscar Alamo**  
**NTICs – Informática, Comunicación y Capitalismo**

## **Introducción**

La denominada cultura de la virtualidad real, a través de la inserción de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTICs), propone e intenta dar sentido a una suerte de globalización cultural, en relación a la transformación de la cotidianidad social, como consecuencia de la proximidad intercultural con el resto del planeta.

De hecho, el “auge tecnológico” se expande dinámicamente hacia nuevos horizontes a nivel de organización social, tanto “local” como “global”. Esta suerte de reconfiguración cultural propuesta, en su formulación discursiva se identifica principalmente con la intensificación de procesos de interacción cultural, escondiendo que en realidad responden a la evolución de los dispositivos de dominación por medio de la concentración de poder.

Si bien existen corrientes opuestas de pensamientos, en relación a la instrumentación de las NTICs, es posible acordar que el creciente y vertiginoso desarrollo tecnológico de los últimos cuarenta años, en particular el despliegue operado en la última década, a través de la digitalización (que instancia numerosas prácticas sociales), para nada han mejorado las condiciones comunicacionales de las sociedades en general y la extensión del concepto “Sociedad de la información Global”, sólo resulta válido para aquellos países que han alcanzado un alto nivel de desarrollo en términos de nivel de conectividad y adaptabilidad, es decir un aceptable nivel en economía de información.

Insistir en éste concepto, inevitablemente tiende a convertir a éste, en un instrumento discursivo propio de un modelo tecno-comunicativo soportado por una globalización, más económica que comunicacional, por lo que es pertinente no abandonar el enfoque crítico de este fenómeno, tratando de evidenciar sin mayores tapujos la convergencia de los conceptos globalización y neoliberalismo en el marco de las distintas evoluciones tecnológicas informáticas y de comunicación.

No obstante, cuando se plantean las numerosas posiciones producto de las incertidumbres generadas a partir del “modelo tecnológico imperante”, en muy pocos casos se tiene cabal idea de lo que ha significado la inserción de la informática dentro del campo de la comunicación y generalmente se trabaja sobre cuestiones juzgadas, que remontan a épocas pasadas concluyendo sin siquiera imaginar lo que acontece (físicamente) dentro de las redes informáticas que dan soporte a la comunicación mundial.

Dicho esto, el presente tiene por objeto mostrar la marcada incidencia del desarrollo tecnológico en los canales de información y comunicación, reflejada en las prácticas de consumo de nuevas herramientas comunicacionales de soporte digital en determinados grupos sociales; su rol en la configuración de nuevas subjetividades, la potencialidad asociada con la generación de conocimiento y los consecuentes modos de relación intersubjetiva, mostrando algunos de los efectos operados en los planos político, económico y social.

## **Desarrollo**

Entre los años 1942 y 1953 se llevan a cabo las “Macy’s Conferences”<sup>1</sup>, donde entre otros asistieran G. Bateson (1904-1980), N. Wiener (1894-1964), W. Pitts (1923-1969), J. Von Neuman (1903-1957), K. Lewin (1890-1947), C. Shannon (1916-2001), R. Hutchins (1899-1977), W. McCulloch (1898-1969). De entre estos notables, identificamos particularmente a Bateson, psicólogo que luego integrara la línea fundadora de la denominada escuela de Palo Alto; Shannon, ingeniero y principal autor de la *Teoría matemática de la comunicación* (1949); McCulloch, neurofisiólogo especialista en redes neuronales; Von Neuman, matemático austriaco que desarrollara la actual arquitectura de las

computadoras y Wiener, matemático norteamericano precursor de lo que hoy conocemos como cibernética.

La particular reunión de éstos científicos, tuvo que ver con la convergencia de dos cosmovisiones, una netamente mecanicista tendiente a comprender los mecanismos inherentes al proceso cognitivo y la capacidad de generación del conocimiento. La otra, de orden organizacional, a partir de la reformulación estructural y; la redefinición y adaptación de conceptos tales como Mecanismo, Control, Información y Organización.

Conjuntamente a este contexto presentado, a partir de los años cuarenta del pasado siglo, surge una “nueva tecnología” orientada al cálculo y al procesamiento de datos, la que a posteriori sería enmarcada como una disciplina dentro de la Informática.

Desde sus comienzos y con carácter implícito, la alternativa de conectar equipos computadores que realizaran el procesamiento electrónico de datos, se constituyó en uno de los objetivos primordiales. Es decir, la capacidad de lograr aceptables niveles de conectividad, estaba directamente relacionada con la posibilidad de **Transmisión** de ~~Estos~~ **Estos** último concepto producirá un fuerte y definitivo impacto en las tecnologías de información y comunicación de las últimas décadas del pasado siglo, ocupando un lugar central en los nuevos modos de interacción, conexión, difusión, construcción de subjetividades y configuración de identidades, a partir del contexto que propone esta “racionalidad tecnológica”; conquistando en nuestros días un cada vez más amplio espacio social, como consecuencia de la creciente tasa de los procesos mundializadores.

La evolución de la tecnología era ya observada críticamente, por distintos autores provenientes de la corriente crítica de Frankfurt, particularmente en 1963, Marcuse expresaba: *“... En el medio tecnológico la cultura, la política y la economía se unen en un sistema omnipresente que devora o rechaza todas las alternativas. La productividad y el crecimiento potencial de este sistema estabilizan la sociedad y contiene el progreso técnico dentro del marco de la dominación. La razón tecnológica se ha hecho razón política”* <sup>2</sup>.

Hacia el final de los años cuarenta del pasado siglo, Claude Shannon, formula su teoría matemática de la comunicación (1949) y marca un quiebre en la dinámica y transposición de modelos científicos propios de las ciencias exactas. Basada en máquinas de comunicar, la noción de información adquiere definitivamente su condición de símbolo calculable. “Lo que conllevará a convertirla en la divisa fuerte que asegura el libre cambio conceptual entre disciplinas” (Mattelart: 1997).

Esta apreciación nos indica que el concepto “Transmisión” de información, será redimensionado a partir del creciente e inmediato flujo informacional propuesto por las NTICs y las características propias de un producto “transable”, donde cobrará sentido (luego de 40 años y dentro de la lógica capitalista) hablar de **Transacción** en lugar de **Trasmisión** de información y la consecuente tensión: **consumidores** versus **usuarios**.

De hecho, esta concepción cuantificable impone un visión estrictamente física, cuantitativa, estadística, en directa relación con unidades y cantidad de información, haciendo caso omiso de la raíz etimológica que denotara un proceso que da forma al conocimiento por medio de la estructuración de fragmentos de conocimientos.

Situación que se corresponde con el enfoque determinista tecnológico que se propone desde la Escuela de Toronto, donde originalmente se formulara una concepción espacio-temporal de la comunicación (Harold Innis:1894-1952), partiendo de la confrontación de dos tradiciones comunicativas asociadas con estas dimensiones, cada una de ellas referidas a la configuración de un determinado espacio social. La espacial, relacionada con la oralidad, el manuscrito y la descentralización; y la temporal, concebida bajo un paradigma mecanicista que se identifica con la imprenta, la comunicación electrónica y la concentración.

Infiriendo a partir de esta última, que cada avance de las tecnologías de alta velocidad de expresión y de transmisión de información, destruyen lazos en la comunidad humana,

a la vez que las desigualdades en la velocidad de comunicación conllevan a la constitución de “monopolios de información”<sup>3</sup>.

En esta línea, adquiere especial relevancia la participación y los trabajos producidos por Marshall McLuhan (1911-1980), quién enunciara los conceptos de “Aldea Global” en , La galaxia Gutenberg (McLuhan:1962) desde donde se puede observar la irrupción simbólica de una construcción “tecno-global” que se anticipará a la reconfiguración operada en las dimensiones espacio-temporales de la posmodernidad.

Luego, al formular: “*El medio es el mensaje*” en “*Comprender a los Medios*” (McLuhan:1964), indica que: el mensaje soportado por determinado medio, no debe apropiarse en términos de su contenido, sino en la manera que cada medio defina las pautas de interacción social; y de modo subyacente (y esto no siempre está tan claro) como se encuentra constituido el medio en relación a la convergencia de tecnologías producto de distintas disciplinas: electrónica, microelectrónica, informática, telecomunicación, entre otras; lo que amplía centralmente en el desarrollo constitutivo de las economías capitalistas.

Desde Latino América y para intentar contrarrestar el caudal enunciativo de los tecnófilos de Toronto, particularmente surge la obra de Antonio Pasquali, venezolano, precursor de los estudios de comunicación y cultura. Desde la de óptica de éste autor, la obra de McLuhan se convierte en una interesada secuencia de juicios, en un lógico juego narrativo donde queda expuesto el cálculo de una razón instrumental que finge negar las funciones de control social del instrumento comunicativo, para que “instrumento” y “sistema” puedan funcionar imperturbados y perpetuarse, desde donde se vislumbra una clara advertencia sobre la creciente correspondencia asociativa entre “tecnología” y “sistema capitalista”.

Los planteos formulados por McLuhan, han sido presentados por algunos autores latinoamericanos como una evolución social a partir de la resignificación de la cultura exhibida por la mayor parte de los teóricos norteamericanos de mediados del pasado siglo, para los cuales la “cultura de masas, representa la afirmación y la apuesta por la sociedad de la plena democracia”. “Masa debe dejar de significar en adelante anonimato pasividad y conformismo. La cultura de masas es la primera en posibilitar la comunicación entre los diferentes estratos sociales”<sup>4</sup>.

De este modo se estaría incurriendo en una formulación que coincide con la concepción de cultura propia del idealismo liberal, la cual conduce a un culturalismo que terminará por someter los conceptos de sociedad en cultura y cultura en consumo. Culturalismo que por otra parte reduce el idealismo de los presupuesto con el materialismo tecnologista de los efectos y la “inflación ahistórica de su mediación”<sup>5</sup>. De este modo, la incorporación de las masas a la sociedad significa la disolución-superación del concepto “clases sociales”.

Se puede advertir, en relación a dos posiciones ideológicamente opuestas, una perspectiva en la cual se ha decidido priorizar la inserción conceptual, de las percepciones cercanas a la formulación de la cultura de masas, por sobre una visión crítica en relación a la concentración productiva de bienes simbólicos. Una producción propia de una industrial cultural que reformula su propia construcción social, donde se identifican las acciones tendientes a la libertad de comercio, la libre circulación de la información, la libertad de empresa; conceptos fusionados en la fuerza económica y el control informacional. Propiciando exclusión coercitiva hacia aquellas sociedad que no dispongan de una economía de la información acorde a los nuevos significados propuestos por la dinámica del consumo.

## **NTICs, Conocimiento e Ideología.**

*“Ciencia y tecnología no se identifican consecuentemente con transparencia e inocencia, su utilización implica saberes específicos y no dejan de ser en modo alguno, la materialización de la racionalidad de una cultura dentro de un modelo global de organización del poder”<sup>6</sup>.*

Hacia 1973 el sociólogo estadounidense Daniel Bell, publica su obra *“El advenimiento de la sociedad post-industrial”*, desde donde enuncia que el eje principal de esta nueva sociedad, será el conocimiento teórico<sup>7</sup>. Esta obra se constituye en el primer concepto o aproximación, posteriormente trabajado y desarrollado por numerosos autores, asociado con *“la sociedad de información”*.

A la vez, advierte sobre la transición de una economía de producción industrial, hacia otra, caracterizada por la producción de servicios y bienes no transables (con alto valor agregado-tecnología), en la cual los servicios basados en el conocimiento habrían de convertirse en la estructura central de la nueva economía y de una sociedad soportada por información, **libre de ideologías**<sup>8</sup>, o mejor dicho, bajo la instauración de una ideología de la técnica, la cual intenta licuar las tensiones (propias) generadas en el espacio discursivo.

En relación con la obra de Bell, algunos autores latinoamericanos incorporan su producción teórica para explicar la evolución acontecida en el ámbito de la cultura de la sociedad norteamericana: *“Fue necesaria toda la fuerza económica de un nuevo imperio y toda la fe en la democracia de ese pueblo, para que fuese posible la inversión –de capital y sentido- lo que permitió teorizar y asumir como la cultura de ese pueblo la producida en los medios de comunicación masivos: la cultura de masa ” [...]* *“Lo que está cambiando no se sitúa en el ámbito de la política, sino de la cultura, entendida como los códigos de conducta de un grupo o de un pueblo”* (Martín-Barbero:1987). Consecuentemente se desplaza la centralidad de la crítica social, de la política hacia la cultura.

*“Crítica que es capaz de plantearse un análisis que va más allá de las clases sociales, pues los verdaderos problemas se sitúan ahora en la desniveles culturales como indicadores de organización y circulación de la nueva riqueza, esto es de la variedad de las experiencias culturales”.* (Martín-Barbero:1987).

El vaciamiento ideológico inducido por esta concepción reduccionista, en cuanto al pasaje de Sociedad a Medios -utilizando de puente a la cultura- indica que la ideología (es decir la “no ideología”) es una consecuencia inmediata de percibir “la nueva sociedad” como “la sociedad de consumo”.

En otra línea de pensamiento, los enunciados propuestos por Schmucler identificarán que: *“La ideología de la técnica ha realizado una jugada maestra al sustentar que todas las ideologías han concluido. La tecnología en realidad, intenta marginarse del campo del discurso -lugar de la ideología y la disputa- para erigirse como transparencia. Impone hablar de ella sólo desde ella misma, en un tautológico “ser lo que es” que la instala en un ámbito de sacralidad. Indiscutible. La tecnología desdibuja su lugar en la historia construyendo su propia historia, que aparece como una sucesión de triunfos del hombre sobre lo que lo rodea... , En el límite, la tecnología es el medio “en el que” (no con el que) los seres humanos se constituyen como tales”<sup>9</sup>.*

## **Los mensajes son los medios.**

La multiplicidad tecnológica contingente, propuesta desde la Industria Cultural -en cuanto a la diversa producción de bienes simbólicos y las consecuentes prácticas sociales- fue una característica distintiva de estos años 80<sup>10</sup>, que se extenderá en su primera etapa hasta mediados de los años 90; *“la recepción y el consumo de productos culturales”<sup>11</sup>.* Particularmente, las prácticas periodísticas se definen y estructuran en relación directa con las necesidades de producción (rating) planteadas por el mercado de la información, lo que conllevó a instrumentar cierta profesionalización por fuera de la academia. Es de-

cir, el control del mercado, demandará producciones que muden desde el ejercicio disperso de vocaciones individuales a la profesionalización programada empresarial e institucional.

Por entonces, (y muchos por ahora) los comunicólogos se refugiarán en la investigación y la docencia. A posteriori, una nueva modalidad operativa cobrará presencia en ámbitos del periodismo, la irrupción de "Periodismo Digital".

La evolución tecnológica operada en estos años, en los distintos medios de comunicación, particularmente sobre los medios masivos, estuvo signada por la pérdida de especificidad y el pasaje de: la democratización por la (pretendida) difusión que permitirían las tecnologías, a la exclusión debido a la concentración de los mismos.

La aparición de nuevos productos tecnológicos-comunicativos, propugnaron una creciente diversificación y gran nivel de fragmentación de la audiencias de masas, identificándose con las particularidades de cada uno de estos medios:

### **Los no masivos:**

Los reproductores musicales portátiles (los viejos walkman, los nuevos discman y los actuales MP3) hicieron de la música elegida una forma personal, un entorno auditivo móvil, permitiendo a la gente, y sobre todo a los adolescentes, manifestándose en conductas individuales, de encierro y alejamiento social, levantar murallas de sonido contra el mundo exterior .

Las vídeo-grabadoras se extendieron rápidamente, incluso en numerosos países en vías de desarrollo, convirtiéndose en una importante alternativa de generación de mensajes. Se desarrolla por entonces la denominada "moda del video", o "la cultura del VHS". En este orden, la rápida comercialización del video a través de los alquileres de películas, proporcionó gran flexibilidad en cuanto a la utilización de los medios de comunicación audiovisuales.

La Filmadora, otorgó la posibilidad a la sociedad de grabar sus propios acontecimientos, con lo que produjeron sus propias imágenes. Esta actividad, a pesar de todos sus límites, modificó realmente el flujo de sentido único de las imágenes y reintegró la experiencia de alguna cotidianidad en la pantalla.

Los videojuegos (*videogames*) y los juegos de computadora (*computergames*), para las últimas generaciones de adolescentes proponen una alternativa nunca antes operada en términos de consumo de ocio.

Los *Cibergames* o los *Netgames*, tanto en su modalidad local como a distancia se han convertido en nuevos espacios de sociabilidad, reconfigurando identidades, definiendo una modalidad en relación a las nuevas formas de "estar juntos"<sup>12</sup>.

### **Los masivos:**

Los productores de los medios masivos, que al transnacionalizar su producción debieron expandir sus programas a nuevos espacios geográficos, donde imperan otros gustos y sistemas cognoscitivos, optaron por reconvertir sus códigos para comunicarse con receptores distintos, tratando que cada estrato tenga lo suyo, en un mercado creciente en términos de cantidad de segmentos para cubrir las demandas adoptando formatos y utilizando la potencialidad difusora de las NTICs.

La prensa gráfica comenzó a producir de forma descentralizada., los periódicos se escribían, editaban e imprimían a distancia, permitiendo ediciones simultáneas del mismo periódico, confeccionado de acuerdo con las diversas particularidades de los grandes conglomerados urbanos<sup>13</sup>. Luego, a partir de Internet tienen cabida los "Periódicos Digitales" que reconfiguran la operatoria tradicional de la prensa gráfica.

Las emisoras de AM sobrevivieron honrosamente y desarrollaron su potencial en el alcance interurbano, cediendo un gran espacio a la súper producción de emisoras de FM, que con su significativa mejora en la calidad de audio, además de ocuparse de temáticas

(y/o subtemáticas) específicas, (los románticos de los 80, rock nacional, folklore, deporte, religión, entre otras), fueron marcando pautas para una audiencia cada vez más diversificada. A posteriori, también bajo el formato digital, por medio de Internet consigue trascender al espectro global.

Pero fue la televisión la que dio el paso decisivo a partir de la multiplicación de los canales, lo que condujo a una diversificación cada vez mayor. El desarrollo de las tecnologías de la televisión por cable de los años noventa, vía fibras ópticas, digitalización y emisión directa por satélite expandió el espectro de transmisión, a la vez que se constituye en un elemento de presión sobre autoridades políticas de los países más avanzados, instalando la tendencia hacia la desregulación de las comunicaciones en general y la televisión en particular.

En este contexto, se conformaron nuevos canales que llegaron a desafiar a los ya establecidos y en Europa los gobiernos perdieron el control de gran parte de la televisión<sup>14</sup>.

Según la UNESCO en 1992 había más de 1.000 millones de televisores en el mundo (el 35% de los cuales estaban en Europa; el 32% en Asia; el 20% en Norteamérica; el 8% en América Latina; el 4% en Oriente Medio y un 1% en África).

La evolución global operada por los medios de comunicación propone la conversión de una sociedad de masas a una “sociedad de masas segmentada”, y los efectos producidos, como resultado de su instrumentación, se centran en la información diversificada y especializada.

En esta línea de pensamiento, se podría inducir que, debido a la diversidad de los medios de comunicación y a la posibilidad de seleccionar a la audiencia, en este nuevo modelo de sistema de medios de comunicación, **“los mensajes son los medios”**. Es decir, las características del mensaje determinan las características del medio, pero sin abandonar la lógica McLuhiana en cuanto a la concepción de un mundo de comunicación de sentido único, disperso y de no interacción.

La diversificación de mensajes, la fragmentación de audiencias y la consecuente expansión de los medios de comunicación, se contraponen con el hecho de la competencia y concentración empresarial, donde la comunicación (en sus distintos medios) se torna cada vez más oligopólica en el ámbito mundial, a la vez que tampoco transforma su lógica unidireccional, no permitiendo la retroalimentación de la audiencia, excepto en la forma más primitiva de la reacción del mercado.

*... aunque los medios de comunicación están interconectados a escala global y los programas y mensajes circulan en la red global, no estamos viviendo en una aldea global, sino en chalecitos individuales, producidos a escala global y distribuidos localmente<sup>15</sup>...*

A comienzos de la década de los 90, Estados Unidos muestra claros indicios en relación a desarrollar infraestructuras para las redes de información, desde donde se populariza la expresión “una autopista para la información”. Es decir, se comienza a marcar un significativo punto de convergencia para la informática y las tecnologías digitales de la comunicación.

*“Debemos concretar un sistema que permita ser capaz de suministrar a los ciudadanos americanos de la información que necesitan, cuando y donde lo deseen y a un precio asequible”*. Lo que quedó, fueron las *“orientaciones económicas: un cambio histórico para nuestro comercio”*, toda vez que las autopistas de la información resultan *“esenciales para la competitividad y la potencia económica de Norteamérica”*, Bill Clinton. (Mattelart: 2003)

Quedando claramente definido el perfil que dará lugar, precisamente a la expansión del comercio electrónico y de los mercados de bienes culturales y simbólicos hacia una economía globalizada<sup>16</sup>.

## **La mediación de las computadoras y el Multimedia como entorno simbólico.**

*... las Computadoras han pasado, hace mucho -medido en tiempo informático- a ser consideradas como herramientas de comunicación más que de procesamiento de datos<sup>17</sup>.*

La miniaturización de las computadoras (microchips), junto a la digitalización impuesta por la medicación de los equipos de computación y su influencia en la comunicación, es resultado de la acumulación de innovaciones tecnológicas desarrolladas en las últimas décadas en las disciplinas relacionadas con la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones. El hecho distintivo radica en la convergencia digital de por lo menos tres sistemas de signos diferentes que eran propios de cada forma de comunicar e intercambiar información. La escritura, el sonido y la imagen, -en la actualidad también alcanza a la telefonía, tanto fija como móvil- recibían un tratamiento diferenciado e independiente. Con la "revolución digital" los datos producidos, independientemente de su origen, pueden manipularse e integrarse en un soporte común de información.

De esta forma, el desarrollo de la tecnología digital ha permitido el empaquetamiento de toda clase de mensajes, constituyéndose en una red capaz de comunicar toda clase de símbolos sin utilizar centros de control, como consecuencia de la universalidad del lenguaje digital y la pura lógica del funcionamiento en red de los sistemas de comunicación que se adaptaron a las condiciones tecnológicas para una comunicación global.

A partir de 1994, se constituye socialmente la red Internet (red electrónica de comunicación digital), conjuntamente con la difusión de programas informáticos "navegadores" (se instaure las triple W). "Lo que originalmente se trataba de una red, de redes de ordenadores, capaces de comunicarse entre sí, terminará por convertirse en un medio de comunicación, de interacción y de organización social"<sup>18</sup>.

En sus pocos años de existencia, Internet pasa a ser uno de los medios con mayor desarrollo y penetración bajo la creciente evolución de las tecnologías de conectividad; fibra óptica, satelital, tendientes a viabilizar la transmisión de cada vez mayor cantidad de paquetes de información en tiempo real.

"La aparición de este nuevo sistema de comunicación electrónico, caracterizado por su alcance global, la integración de todos los medios de comunicación, junto a su potencial interactividad, está cambiando nuestra cultura y lo hará para siempre"<sup>19</sup>.

A la vista de la convergencia tecnológica que existe entre el sector audiovisual la informática y las telecomunicaciones, el análisis de los contenidos (o software) no puede seguir siendo realizada en forma independiente de las nuevas tecnologías de difusión y de transmisión de información. Un tema crucial, ligado a la discusión sobre la convergencia, es el de la privatización, por lo menos parcial, del conjunto del sistema de telecomunicaciones a nivel mundial. Este proceso no puede ser explicado solamente a partir de una lógica tecnológica o "puramente" económica, como afirma el discurso neo-liberal. Estas son políticas que reflejan los intereses de ciertos grupos sociales, más concretamente los de los grandes usuarios<sup>20</sup>. (Wohlens, 1995)

"A mediados de los años noventa, los gobiernos y las empresas de todo el mundo ya estaban en una frenética carrera para situarse en una posición conveniente y establecer el nuevo sistema, considerado una herramienta de poder, fuente potencial de ingentes beneficios y símbolo de la hipermodernidad"<sup>21</sup>.

En este marco, las redes de comunicación electrónicas tienden a reforzar el cosmopolitismo de las nuevas clases directivas al convivir de forma simbólica en un marco global. Por ende, la comunicación a través de la PC se constituye en un medio estratégico para reforzar la cohesión social de una elite cosmopolita, proporcionado respaldo material al significado de una cultura global.

En la segunda mitad de los años noventa, con la creciente evolución de las NTICs (acompañado principalmente por desarrollo de Internet), un nuevo sistema electrónico de

comunicación comenzó a conformarse a partir de la fusión de los medios de comunicación de masas globalizados-personalizados junto a la comunicación a través de la computadora. Este nuevo sistema se caracterizará por la integración de diferentes medios de comunicación y su potencial interactivo. Un sistema que engloba (a todos los medios) y globaliza (a las audiencias), el multimedia.

Bajo las propuestas del potencial desarrollo de la tecnología digital de medios, la comunicación de toda clase de mensajes en este nuevo sistema instaurado, de carácter seudo interactivo y selectivo, induce a la integración de todos los mensajes en un modelo cognitivo común; mensajes que guardan su carácter distintivo como tales. No obstante, cuando se mezclan en un proceso de comunicación simbólica, desdibujan sus códigos en él y crean un contexto semántico multifacético, compuesto por una mezcla aleatoria de diversos significados.

La cultura del multimedia se encuentra atravesada por una extendida diferenciación social y cultural, conlleva a la segmentación de los usuarios, ya que los mensajes se encuentran segmentados por los mercados que acompañan las estrategias de los emisores.

Es posible observar que este proceso está signado por una creciente estratificación social entre los usuarios. Las organizaciones propietarias de los medios masivos de comunicación, expanden la producción y circulación de bienes simbólicos nuevos espacios sociales, donde imperan otros gustos y sistemas cognoscitivos, reconvierten sus códigos para comunicarse con distintos receptores.

No obstante, la elección de las distintas herramientas comunicacionales -tal el caso de los multimedia integrados en Internet- se encuentra restringida a aquellos que no disponen de capacidad de acceso a la tecnología, además de las diferencias culturales-educativas. La información sobre qué buscar y el conocimiento sobre cómo utilizar determinado mensaje son esenciales a la hora de apropiarse de un sistema diferente a los medios de comunicación de masas estándar personalizados. Con esta creciente producción en relación a la cantidad de mensajes, convierte a los receptores en meros y prestos manipuladores-instantáneos de información, en desmedro de sus propias capacidades de objetivación.

Los precedentes, son precisamente los postulados de las corporaciones que cimientan las relaciones entre medios masivos- grupos económicos – construcción de poder. Además, lo que queda claro en éstas formulaciones, es la modalidad y capacidad de obtención del conocimiento, ya que el fundamento comunicativo queda condicionado por la capacidad de acceso, pero fundamentalmente por la exclusión en relación a la producción de contenidos. Es así que, sorteado el engañoso obstáculo de la accesión, la inequidad en la capacidad productiva y distributiva bienes y servicios comunicacionales, se constituye en el principal y más gravoso condicionamiento. De este modo, se plantea una nueva tensión en términos de *“interactuantes e interactuados”*, es decir, aquellos que disponen de la capacidad de seleccionar sus circuitos de comunicación multidireccionales y aquellos a los que se les proporciona (impone) un número limitado de opciones preempaquetadas, entiéndase contenidos.

### **A modo de Conclusión**

A lo largo del presente se ha podido evidenciar que, la evolución de las distintas tecnologías en general y la instrumentación de las NTICs, en particular han propiciado la conformación de una Sociedad de la Información Global (SIG), la cual se encuentra sustentada por un proyecto geopolítico muy concreto que para nada tiene como objetivo el bienestar de las mayorías, esto es un mito sobre del cual se vale para avanzar en su implantación. Se trata de un proyecto libre de fricciones, o más bien “un capitalismo libre fricciones” (Bill Gates) insinuando que dentro de la información se disuelven todas las tensiones del mundo.



El núcleo de la SIG intenta su legitimación y cobra cuerpo a partir de una suerte de reorganización gerencial del planeta, donde la libertad de expresión comercial condiciona la libertad de expresión de los ciudadanos. (Mattelart: 2003).

Así, la principal incidencia de este modelo tiene su especial y esencial correlato en la actividad económica y social del planeta, y de modo muy particular en la industria cultural. Donde se advierte como, a partir de un progresivo aumento de la base materialista que soporta a un determinado orden político mundial; queda reflejada la creciente acumulación de la producción de bienes simbólicos por parte de los grandes grupos económicos (GGE). Grupos que en su lógica de acumulación, consolidan a la *tecnología de la información-digital* como un objeto en sí mismo. Un producto transnacionalizado que no solo se limita a condicionar los objetos culturales, sino que además, se introduce en su propia estructura, en su propia lógica productiva, sintetizando un modelo que reúne y proyecta las expectativas hacia un capitalismo total. Un Capitalismo, en el cual sólo el mercado y las tecnologías de información y comunicación se encargan de configurar la dinámica del espacio social.

Esta “configuración”, en no pocos casos ha sido acompañado implícitamente por los análisis benevolentes y acomodaticios de distintos autores que auguran alternativas comunicacionales para reconfigurar el imaginario social. Quizás, basados en un promocionado optimismo pragmático y pseudo progresista, intentando encontrar refugio en la oportuna coexistencia de espacios culturalmente diversos. O tal vez, por el deslumbramiento tecnológico que se extiende inconmensurablemente a los planos económico-social, tratando de encontrar (justificar) soportes comunicacionales alternativos, originados en las NTICs, con el objeto de dar respuestas a la marcada ausencia de políticas culturales.

Así, la ideología de la SIG, no es otra que la del mercado, en sintonía con los supuestos de reconstrucción neoliberal del mundo, identificada con el modelo de exclusión imperante, basado en el pragmatismo y sostenido por el imperio del libre flujo de la información como soporte constitutivo de un proyecto hegemónico, de rasgos utilitarios, eficientistas y rentables, con una marcada fragmentación del sentido en menoscabo de las comunidades significativas.

## **Bibliografía**

- Bolaño, César y Mastrini, Guillermo. Economía Política de la Comunicación: un aporte marxista a la constitución del campo comunicacional.
- Castells, Manuel. La era de la información. La Sociedad de Red: Economía, sociedad y cultura, Vol. 1. Editorial Alianza. Barcelona 1997.
- Castells, Manuel. La galaxia Internet. Plaza & Janes. 2001
- Follari, Roberto. Teorías Débiles. Homo Sapiens Ediciones. 2002.
- García Canclini, Néstor. Consumidores y Ciudadanos. México, Grijalbo, 1995.
- Guiddens, Anthony. Un mundo desbocado. 2001
- Jameson Frederic, Slavoj Zizek, Grüner Eduardo. Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo. Paidós. 1998.
- Marcuse, Herbert, El hombre unidimensional. España, Ariel 1984.
- Mattelart, Armand y Mattelat, Michèle. Historia de las teorías de la comunicación. Buenos Aires. Paidós. 1997.
- Mattelart, Armand. Historia de la Sociedad de la Información. Buenos Aires. Paidós. 2003.
- Martín-Barbero, Jesus. De los medios a las mediaciones. Convenio Andrés Bello. Santafé de Bogotá. 2003.
- Moore, Nick. La sociedad de la información, Informe Mundial sobre la Información 1997/98. Ediciones UNESCO/SINDOC (1998).
- Pasquali, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. Monte Ávila Latinoamerica, Caracas, 1980.
- Piscitelli, Alejandro. Taller de introducción a la informática y procesamiento de datos. UBA. 2002.
- Schmucler, Héctor. Memorias de la Comunicación. Biblos. 1997
- Wilden, Anthony. Sistemas y Estructuras. Alianza Editorial. 1979.



## Referencias

---

<sup>1</sup> Conocida cadena de tiendas con origen en New York, donde sus dueños originales conformaron la Fundación Jochiah Macy Jr., que aportara gran parte de los recursos para financiar las investigaciones científicas de la época.

<sup>2</sup> Herbert Marcuse, El hombre unidimensional. Página 27

<sup>3</sup> N.A.: Situación que se hará evidente a través de la acumulación monopólica por parte de los grupos económicos, en relación a la adquisición y concentración de los medios comunicación, la producción de contenidos y el desarrollo de tecnologías de información y comunicación. Las cuales se convertirán en una especial franja de mercado para el desarrollo capitalista, a través del creciente tasa en el valor agregado en sus productos.

<sup>4</sup> Martín-Barbero, Jesús. De los medios a las mediaciones. Pag. 45

<sup>5</sup> Martín-Barbero, Jesús. De los medios a las mediaciones. Pag. 49

<sup>6</sup> Mattelart A. y Schmucler H., América Latina y la encrucijada telemática. Pag. 13

<sup>7</sup> Bell, sostiene que a diferencia de la sociedad industrial, donde las innovaciones en general eran indiferentes a la ciencia y a las leyes fundamentales que sustentaban las investigaciones; en la actualidad, las innovaciones se darían partir de premisas teóricas. "... *Se ha tornado factible codificar los principios científicos del conocimiento*". Considerando que la primacía del conocimiento prevalecerá no sólo respecto a la innovación tecnológica, sino también a las cuestiones sociales y políticas.

<sup>8</sup> Bell Daniel. El fin de las ideologías. 1960.

<sup>9</sup> Schmucler, Héctor. Ideología y pensar técnico, en Memorias de la Comunicación. Pag. 43

<sup>10</sup> En América Latina se ponían en marcha las denominadas "democracias viables" -según los criterios de los grandes centros de poder económico- dejando una etapa de represión política y propugnando un reacomodamiento social entre dictaduras y democracias liberales.

<sup>11</sup> El individuo consumidor ocupa un lugar central en la concepción neoliberal. No se trata de cualquier consumidor, sino de un consumidor "soberano" en cuanto a sus elecciones, en un contexto de libre mercado. Instancia que pauta la concepción neopopulista de algunas teorías de la recepción.

<sup>12</sup> En los juegos en red se evidencian dos principales arquitecturas. Locales, para cuando "el grupo" está en el mismo espacio físico (por ejemplo, ciber, gabinete de informática, entre otros). A distancia, cuando se conforma "el grupo" con integrantes que pertenecen a distintos lugares del planeta.

<sup>13</sup> Particularmente esta diversidad se puede observar en productos como: "Le Figaro" en varias ciudades francesas, "The New York Times" con ediciones paralelas para la Costa Este y Oeste de EEUU; el "International Herakl Tribune", impreso diariamente en distintos lugares de tres continentes.

<sup>14</sup> En 1987 se lanza el "Libro Verde" que dio paso a la liberalización de las comunicaciones con el fin de privatizar las empresas en manos de los Estados, establecer reglas comunes y normas de competencia para las telecomunicaciones. En Estados Unidos el número de canales independientes aumentó durante los años ochenta de 62 a 330. En los países de la Unión Europea el número de canales creció de 40 en 1980 a 150 al promediar la década de los 90, un tercio de los cuales emitían por satélite.

<sup>15</sup> Manuel Castells. La era de la Información, Vol. 1. Cap. 5.

<sup>16</sup> En 1994 en el marco del Libro Blanco, se fija como objetivo acelerar la liberalización total de los servicios e infraestructuras en las telecomunicaciones.

<sup>17</sup> Nota del Autor.

<sup>18</sup> Castells Manuel. La Sociedad Red. 2001.

<sup>19</sup> Castells Manuel. La Sociedad Red. 2001.

<sup>20</sup> Alain Herscovici, Cesar Bolaño y G. Mastrini en Economía de la Comunicación y la Cultura: una presentación.

<sup>21</sup> Castells Manuel. La Sociedad Red. 2001.