

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social

*Medios de Comunicación Social en la Sociedad
de la Información y el Conocimiento:
¿un rol social con nuevos retos?*

(Trabajo Especial de Licenciatura)

Br. Emilia I. Díaz S. C.I. 17.141.883

Tutora: Prof. Mariela Torrealba

Septiembre 2008



ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL UCV
Fundada el 24 de Octubre de 1946

C O N S T A N C I A

Quien suscribe, profesor **MIGUEL ANGEL LATOUCHE R.**, Director de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela, hace constar que la ciudadana **EMILIA I. DÍAZ S.**, portadora de la Cédula de Identidad N° **17.141.883**, presentó y aprobó su Trabajo de Licenciatura con la calificación **APROBADO SOBRESLIENTE MENCIÓN PUBLICACIÓN**, tal como consta en el Acta firmada por el Jurado.

Constancia que se expide en Caracas, diecisiete días del mes de octubre de dos mil ocho.



MALR/cmg.-

Hacia el 50° Aniversario del Aula Magna de la UCV.
Universidad Central de Venezuela – Facultad de Humanidades y Educación
Caracas 1040 – Teléfonos 605-29-64 – Telefax: 605-28-47 – e-mail ecsVen@sagi.UCV.edu.ve

"CIUDAD UNIVERSITARIA DE CARACAS – PATRIMONIO MUNDIAL DE LA HUMANIDAD"

*A quienes entre lo real y lo virtual,
las distancias y las proximidades,
han sabido hacer la diferencia
dentro de un vasto mapa de relaciones.*

Agradecimientos

Esta página es un espacio dedicado al reconocimiento de aquellas particularidades, que contribuyeron, permitieron, facilitaron o hicieron llegar ideas que de alguna u otra forma fueron significativas para la elaboración de este trabajo. Así comienzan los agradecimientos a los profesores de la Escuela, que supieron hacer una diferencia con sus propuestas e hicieron llegar sus principales inquietudes sobre temas relacionados con la comunicación, algunas de ellas expresadas en estas páginas.

Por otra parte, al profesor Eladio Hernández por haberme ofrecido las primeras nociones teóricas sobre la llamada Sociedad de la Información.

A Maribel Dam por haber compartido conmigo cinco años de carrera siempre dispuesta a brindar consejos y abrir las puertas de las publicaciones de la Universidad para complementar la formación teórica.

Por último, y de manera especial, a la profesora Mariela Torrealba, tutora de este trabajo, quien desde comienzos de la carrera a través de diversas materias vinculadas con el periodismo ha sembrado en sus estudiantes la búsqueda de la profundidad, el análisis y la crítica tanto en las prácticas de los diversos géneros periodísticos como en el estudio de la teoría. Su apoyo y sus comentarios fueron de gran valor durante el desarrollo de esta investigación.

Índice

Resumen.....	1
Introducción.....	3
Capítulo I	
La función social de los Medios de Comunicación Social.....	9
La función social de los medios de comunicación.....	10
Comunicación y medios.....	10
La idea de rol social.....	12
El espacio público – el funcionalismo y la función social de los medios.....	15
Max Weber.....	17
Harold Lasswell.....	18
Paul Lazarsfeld y Robert Merton.....	20
Entre viejos y nuevos paradigmas.....	22
Los medios antes y después de Internet.....	27
Capítulo II	
La Sociedad de la Información y la Comunicación.....	39
La Sociedad de la Información y la Comunicación.....	40
Comunicación y nuevas tecnologías.....	40
El espacio y el tiempo.....	43
La globalización.....	46
La Comunicación.....	49
La Sociedad de la Información y el Conocimiento: un concepto en construcción.....	51

Capítulo III

La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.....	63
La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.....	64
Una Cumbre en dos fases.....	65
La Sociedad de la Información y la comunicación.....	67
Declaración de Principios: Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio.....	67
Plan de Acción.....	71
Compromiso de Túnez.....	74
Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información.....	75
El hombre y la tecnología en la balanza.....	79
Sobre el papel de los medios de comunicación.....	82

Capítulo IV

Entre números, brechas y medios.....	90
La Sociedad de la Información y el Conocimiento en números.....	91
Tecnologías de la información y comunicación:	
Crecimiento acelerado, constante e irregular.....	91
Los países en desarrollo y la brecha digital.....	100
África.....	106
Asia.....	107
Europa.....	109
Oceanía.....	110
América.....	112
Entre la sociedad, el acceso y el conocimiento:	
la “brecha digital”	115
Medios como actores para el desarrollo.....	120

Capítulo V / Conclusiones

Rol Social de los Medios de Comunicación en el presente.....	129
Bibliografía.....	139

Resumen

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación han afectado la vida del hombre en los aspectos políticos, económicos, sociales y culturales, dando cabida a lo que se ha llamado la Sociedad de la Información y el Conocimiento. En esta época caracterizada por los cambios, la información es una de las grandes protagonistas. Por lo tanto, los medios de comunicación social siguen siendo importantes dentro de este mundo de redes. Con la ruptura de las barreras espacio-temporales, las posibilidades de interacción e intercambio constante de información, pero simultáneamente con la aparición de nuevas distancias reflejadas en problemas como el de la brecha digital; se introduce una realidad compleja que plantea diversos retos tanto a la sociedad, como a la comunicación y a los medios.

Dentro de este contexto se presenta este trabajo, que analiza cómo las nuevas tecnologías han afectado a la comunicación, cuáles son los indicadores que dan cuenta de los avances tecnológicos y de la brecha digital, así como los resultados de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 - Túnez 2005), en la que se abordaron temas relacionados con la información, la comunicación y los medios. A partir de estos aspectos, se da cuenta de los retos que esta realidad de redes y tecnologías de la información le plantea a los medios de comunicación social, para conocer su rol social en la actualidad.

Palabras claves: Sociedad, Información, Conocimiento, Medios, Comunicación Social, Rol Social, Tecnologías de la información y comunicación, Retos

Abstract

The new Information and Communication Technologies have affected the human life in the political, economical, social and cultural aspects giving space to what has been called the Information and Knowledge Society. In this period characterized by changes, the information is one of the main actors. Because of that the media are still important in this network world. With the break of the space and temporal barriers, the interaction and constant exchange of information possibilities, but at the same time with the appearance of new gaps reflected in problems such as the digital gap; a complex reality that raises different challenges to the society, communication and media is introduced.

In this context is submitted this work that analyzes how the new technologies have affected the communication, which are the indicators that show the technological advances and the digital gap and also the results of the World Summit on the Information Society (Geneva 2003 - Tunis 2005) where topics related with the information, communication and media were raised. Starting from these aspects are shown the challenges that this network and information technology reality arise to the media to reveal its social role nowadays.

Key words: Society, Information, Knowledge, Media, Social Communication, Social Role, Information and Communication Technologies, Challenges

Introducción



Wassily Kandinsky - Black Lines I 1913

Cambio es un término ajustado al paso del tiempo, que implica la presencia de nuevos elementos, nuevas respuestas o nuevas costumbres dentro de un entorno particular. Es una palabra, que indica que la vida no permanece estática y que se producen diferencias con respecto a un elemento dado, se van dando modificaciones. Así el cambio es un concepto que se ajusta al presente. Entre los avances de las tecnologías de la información y comunicación que se experimentan a diario y la dinámica de las redes que ha permitido derrumbar barreras espacio-temporales, el hombre contemporáneo vive una época de transformaciones.

Este período de distintas formas, de transmutaciones, está asociado con diversas áreas de la vida humana. Se dan cambios en las maneras de organización social, en las posibilidades de las relaciones humanas, en los aspectos políticos, económicos, sociales y culturales, y en la comunicación. Son cambios de paradigmas. Se enfrentan, en consecuencia, visiones míticas de adhesión o rechazo a las tecnologías que han facilitado las transformaciones. Pero independientemente de los extremos y por fortuna, el hombre sigue siendo hombre, y sus necesidades de comunicación y socialización, inmersas dentro de las posibilidades ofrecidas por las tecnologías como herramientas, siguen latentes.

La globalización aparece en este contexto de relaciones e intercambios entre lo local-local y lo local-global. Es producto de las posibilidades de conexión, en las que varios espacios y tiempos coexisten. Las barreras más que territoriales pasan a ser tecnológicas, al igual que las nuevas fronteras políticas han cambiado la forma tradicional de los Estados Nación. El acceso, las posibilidades de manejo y uso, y la decisión de insertarse en la dinámica planteada por las tecnologías de la información y comunicación presenta varias realidades, diversas ópticas de ver el mundo, e introduce un problema más a la gama de los que se afrontan a diario como la pobreza, el hambre y el VIH/Sida. Se trata de lo que se ha llamado la brecha digital.

Entre tantos intercambios, tecnologías y redes, la información ha cobrado un papel protagónico. Ésta fluye constantemente y se genera tanto en el terreno virtual como en el real. Sin embargo, no todos los contenidos expuestos son de calidad y se requiere de un procesamiento de datos, algo más complejo, para poderlos

transformar en conocimiento, que puede ser de utilidad para el desarrollo. La producción de información no está limitada a los periodistas. Así las posibilidades de consumir, intercambiar y generar información son una facilidad brindada por las tecnologías de la información y la comunicación. *¿Cómo se insertan los medios de comunicación dentro de esta realidad? ¿Cuáles son sus ofertas y sus posibilidades?*

De esta dinámica en la que la información es el eje de las relaciones, los intercambios y es uno de los elementos más valiosos para el hombre en la actualidad, surge la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Ésta no se aleja de las transformaciones. Son las mismas las que invitan al empleo de una nueva forma para definir a la sociedad actual. Si no existiesen, no serían necesarios nuevos conceptos.

Justamente a partir de los cambios que se dan desde las tecnologías de la información y comunicación y de la manera en la que el hombre se relaciona con el mundo, surge un conjunto de posibilidades y amenazas, como la brecha digital. De este modo, el hombre ha incluido estos temas entre sus reflexiones en espacios como la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 – Túnez 2005), donde se reconoció a la información y a la comunicación como elementos de valor en el presente.

En consecuencia, al estar la información y la comunicación incluidas en las bases de la sociedad actual, los medios de comunicación social cumplen también un rol decisivo. Como actores, que facilitan el *poner en común* y permiten hacer de conocimiento público informaciones de interés y que son de valor en los procesos de socialización, se insertan también en la dinámica de las redes. De este modo, se presenta un conjunto de retos, que pone de manifiesto la importancia del rol social de los medios, así como algunos aspectos que se añaden a la visión tradicional del mismo.

Por lo tanto, se plantea una investigación que tiene como punto de partida la visión teórica de algunos autores sobre la comunicación, el rol social de los medios y los cambios que se dan en los medios a partir de Internet. De acuerdo a la

Asociación Internacional de Telecomunicaciones mientras que en 1990 el número de usuarios de Internet en el mundo era de 0,05 por cada 100 habitantes, en 2006 la cifra asciende a 17,39%.

En un segundo momento, se hace referencia a la definición de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, así como a las transformaciones que la misma plantea, para presentar posteriormente un capítulo dedicado a la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 - Túnez 2005), en el que a partir de los cuatro documentos que resultaron de la misma, se analiza cuál es la visión propuesta durante la conferencia que está asociada al rol social de los medios de comunicación.

El tema de la brecha digital es tratado posteriormente en otro aparte, con la presentación de los indicadores reportados por organizaciones nacionales e internacionales sobre la Sociedad de la Información. Así se introduce la comunicación para el desarrollo, asociada entonces con un aspecto más del rol social de los medios.

El análisis de las diversas visiones teóricas concluye en un último capítulo, en el que desde los retos que plantea la dinámica de las redes y las tecnologías de la información y la comunicación para la sociedad, el hombre y los medios; se reflexiona sobre el rol social de los medios en la actualidad. Un rol activo, que incluye algunos aspectos de la visión tradicional de los funcionalistas con temas asociados a los nuevos retos como cartografiar la realidad y la información, la interactividad y la desmitificación de lo tecnológico.

En consecuencia a lo expuesto, reconocer el alcance de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, que trasciende el espacio informático y los beneficios de las tecnologías y afecta al ser humano tanto a nivel personal como social interviniendo en procesos económicos, políticos, culturales y sociales, *se presenta un estudio sobre el rol social y los nuevos retos que involucran directamente a los medios de comunicación.*

Se trata de un tema de actualidad, que se encuentra vigente en las discusiones que mantienen teóricos de diversas áreas del conocimiento. Igualmente se puede afirmar que afecta de forma directa a los medios de comunicación social y es de alcance nacional e internacional. Esto resalta la pertinencia de una reflexión teórica sobre el mismo promoviendo espacios para la investigación en el área de la comunicación. Se hace necesaria la apertura hacia un camino de discusión por parte de los investigadores, profesionales y estudiantes de la comunicación sobre este tema que afecta directamente la realidad actual de los medios, que si bien hoy representa retos, oportunidades y amenazas, ya comienza a perfilarse también como parte de la cotidianidad del trabajo del periodista y los medios de comunicación social, conscientes de su dinamismo constante.

En este sentido, la investigación buscó dar respuesta a las siguientes interrogantes:

- *¿Cuál es el papel que la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información le otorgó a los medios de comunicación social?*
- *¿Se ha visto afectado el rol social de los medios de comunicación social por las nuevas tecnologías de la información y comunicación?*
- *¿Qué papel le otorgaban los teóricos antes de esta situación?*
- *¿Cuáles son los retos que se le plantean a los medios de comunicación social en la actualidad?*
- *¿Se reafirma el compromiso social de los medios como mediadores entre la información y el público a partir de esta situación?*
- *¿Cómo los indicadores de diversas organizaciones nacionales e internacionales referentes a la Sociedad de la Información y el Conocimiento evidencian la situación de los países en desarrollo y replantean la importancia de los medios de comunicación para la sociedad?*

- *¿Son los medios de comunicación actores fundamentales para el desarrollo de la Sociedad de la Información?*

Esta serie de preguntas estuvo guiada por la interrogante central de este trabajo:

¿Cuál es el rol social de los medios de comunicación social en la Sociedad de la Información y el Conocimiento?

En una época de cambios y redes casi todo está relacionado. Los medios de comunicación no están aislados de estas transformaciones. Resistirse o sumarse ciegamente por una especie de deslumbramiento limitará sus posibilidades. Mientras tanto, un *cronos* travieso, multiplicado en territorios reales y virtuales, hace de las suyas; demandando de reflexión y propuestas por parte del hombre contemporáneo, para que entre las mutaciones, las redes sean una posibilidad y no una gran telaraña en la que la humanidad quede atrapada para convertirse en presa de una araña desconocida. Esta investigación es un punto de partida y una invitación abierta a esa reflexión.

Capítulo I
La función social de los Medios de Comunicación Social



Wassily Kandinsky - Painting with Three Spots 1914

Desde el momento en que cada uno puede acceder a todo, se debe revalorizar el papel de los intermediarios, periodistas, documentalistas, profesores; en resumen, de todos los que abren el acceso a la información y a la cultura.

Dominique Wolton

Como punto de partida de esta investigación se analizará en este capítulo la idea del rol social otorgado a los Medios de Comunicación Social, resaltando la diferenciación de los conceptos función, responsabilidad y rol social para hacer énfasis en la importancia de este último. Se presentarán además las propuestas de teóricos como Lasswell, Weber, Merton y Laszarsfeld, que han hecho referencia a algunas funciones de los medios. De este modo, se partirá de sus supuestos para establecer cómo se podría conceptualizar el rol social de los medios de comunicación social en la actualidad.

En un segundo momento se estudiarán las características de los medios de comunicación social antes y después de Internet, que evidencian la preponderancia del rol social a lo largo de la historia. A partir de estas caracterizaciones, que incluyen en el presente nuevos conceptos como el de la interactividad y la redimensión del tiempo y el espacio, se considerarán algunos de los retos que se le plantean a los medios al momento de cumplir con su papel.

Comunicación y medios

La comunicación como elemento fundamental para la sociedad, es un mecanismo de cohesión y organización, de encuentros y desencuentros, en los que un mensaje con información, llega de un emisor a uno o varios perceptores por medio de un canal para poner algo en común. Sin embargo, este concepto se ha hecho cada vez más complejo. Al entrar en el ámbito de lo social y lo masivo, en el terreno de la comunicación social, y situarse en el contexto actual en el que las tecnologías de la información y la comunicación ofrecen múltiples canales y la posibilidad de una interacción en diferentes niveles entre varios emisores y perceptores, el diagrama clásico de Lasswell de la comunicación (¿Quién dice qué, a quién, en qué canal y con qué efectos?) se convierte en una red de combinaciones de conexiones a través de diversos medios en la que es posible recibir y enviar simultáneamente mensajes a diversas partes del mundo desde un solo lugar, estableciéndose una vasta relación entre personas, medios y canales.

Así, el concepto de comunicación adquiere mayor complejidad a partir del desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, trascendiendo la definición desarrollada por Antonio Pasquali como “la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre” (1980: 51).

La comunicación sigue siendo un factor de convivencia en la actualidad, un elemento imprescindible del proceso de socialización, que permite el poner en común mensajes, y que al mismo tiempo ha reafirmado su importancia a partir de procesos como la globalización y las diversas formas que ha adquirido con los avances tecnológicos, que demandan la especialización y el desarrollo de habilidades específicas por parte de los diferentes agentes que trabajan tanto con la información como con las nuevas tecnologías. Al respecto, Armand y Michèlle Mattelart señalan que la proliferación de las tecnologías y la profesionalización de las prácticas no han hecho sino sumar nuevas voces a esta polifonía en la que la comunicación abarca una multitud de sentidos, en un final de siglo que hace de la comunicación la figura emblemática de las sociedades del tercer milenio (1997:9).

El vínculo directo con la sociedad forma parte tanto de la comunicación como de los medios de comunicación, que facilitan un punto de conexión con el entorno, y que son entendidos como aquellos inventos tecnológicos que permiten la transmisión de grandes mensajes a grandes distancias y a receptores indeterminados, señalados a este nivel la prensa, la radio, el cine y la televisión (Dragnic, 2003: 170). Se agrega a este listado tradicional Internet, con su magnitud, dimensión y características particulares, entre las que resalta la interactividad.

Como refiere Carlos Arcila Calderón: “el medio digital se puede definir como un sistema de comunicación multidireccional, caótico y poliforme, que sólo es posible entender bajo el paradigma de complejidad y que opera sin centro de difusión definido, por lo que las autorías de emisión se encuentran atribuidas – en claro desorden – a cientos de miles de personas a nivel global” (2006: 6).

En consecuencia, esa relación directa de los medios de comunicación con la sociedad, la posibilidad de dar a conocer lo que sucede en el mundo, hacer de conocimiento público diversas informaciones de interés, así como el paradigma de complejidad que suma el medio digital, plantean la necesidad de estudiar su rol social, de analizar de acuerdo con las dinámicas propias de los medios y de sus características el papel que han cumplido y la importancia que se les ha otorgado con el paso de los años.

La idea de rol social

En la mayoría de los casos cuando se hace referencia al papel que cumplen los medios de comunicación, el término utilizado usualmente por algunos autores es el de función social. Sin embargo, en este trabajo se hará una pequeña distinción entre los conceptos de función, rol y responsabilidad social. Aunque en diversas oportunidades son empleados indistintamente, existen algunas diferencias entre ellos, que motivan la elección de la expresión rol social para este texto.

La función ha sido empleada a nivel filosófico para “expresar el modo de comportarse de una realidad constituida por relaciones o haces de relaciones”. Ferrater Mora señala que las características de las tendencias funcionalistas han sido “el considerar que un conjunto dado está constituido no por cosas (o sustancias en general), sino por funciones, de tal modo que toda realidad es definida por la función que ejerce” (1969: 731).

Igualmente el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) la define como la “tarea que corresponde realizar a una institución o entidad, o a sus órganos o personas” (2001). Se hace referencia a una conducta esperada por parte de una instancia. Así se entiende a la función social como “el conjunto de reglas que señalan cómo debe actuar en determinadas circunstancias una persona de acuerdo con su estatus. De forma más precisa, es la conducta que se espera de un individuo en el seno de un grupo, definida en general por ese grupo o por su cultura” (Hernández y Tello: 13).

En este sentido, al referirse a los medios de comunicación social el uso del término función social indica que se trata de su “deber ser”, de cómo se espera que sea su conducta conforme a la manera en que ocupan un lugar dentro de la sociedad y del espacio que se han ganado en el imaginario social. Es decir, forman parte de un conjunto de funciones y grupos que se relacionan, y en esa medida según el territorio que se han ganado, se espera un comportamiento determinado de éstos.

En el caso de la responsabilidad social se trata del conocimiento de los efectos positivos o negativos que se producen por las acciones de una persona o grupo determinado, y de las decisiones que se toman a partir de la comprensión de estos efectos. Tiene que ver con un comportamiento dado y con el reconocimiento de las consecuencias que puede traer para la sociedad.

Este término ha adquirido un concepto particular en el caso de los grupos económicos, que está asociado con lo que se ha llamado responsabilidad social empresarial. “Se trata de un enfoque que se basa en un conjunto integral de políticas, prácticas y programas centrados en el respeto por la ética, las personas, las comunidades y el medio ambiente” (Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional, s/f).

De acuerdo con la organización *World Business Council for Sustainable Development* (Consejo Mundial de Negocios para el Desarrollo Sostenible) "es el continuo compromiso de los negocios para conducirse éticamente y contribuir al desarrollo económico mientras mejoran la calidad de vida de sus empleados y familias, así como de la comunidad local y sociedad en general" (Holme y Watts en *Mi espacio*, s/f).

De este modo el término responsabilidad social en su acepción más general y en la particular en el caso de las empresas implica también indirectamente una actitud esperada por parte de un grupo para que repercuta de forma positiva dentro de la sociedad. Ambas definiciones se relacionan directamente con los medios de comunicación social, una con su carácter mediático y otra con su carácter empresarial.

A nivel mediático la responsabilidad social tiene que ver entonces con el reconocimiento de cómo puede repercutir lo difundido a través de los medios en la sociedad. Es la forma en que éstos reconocen que pueden afectar positiva o negativamente a un grupo determinado de acuerdo con los contenidos transmitidos, el modo en que se presentan y las elecciones que realizan sobre el qué y cómo difundir dichos contenidos. Por su parte, el empresarial se vincula con la definición de responsabilidad social empresarial, aunque por la manera particular en que se estructuran los medios de comunicación y la labor que en ellos se realiza, se vincula directamente con la otra visión.

Sin embargo, este trabajo se enfoca en los medios como actores sociales y en los efectos que sus acciones pueden generar. Por lo tanto, si bien está vinculado con los otros dos términos anteriores, se prefiere el empleo del vocablo rol social, que acorde al DRAE corresponde al “papel de un actor, función que alguien o algo cumple” (2001). Aunque se usa también la palabra función, esta visión pretende centrarse más en las acciones y no en el estatus que ocupan dentro de la sociedad, que se asocia más con la definición clásica de función social.

La Universidad de la República de Uruguay en su Diccionario de Sociología entiende al rol como una “pauta de conducta de un actor, fundada en las expectativas que sobre su ocurrencia guardan algunos de sus congéneres. En la actualidad, los individuos desempeñan múltiples roles, como por ejemplo padre, abogado, diputado, contrabandista, creyente, proxeneta y socio del C.A. Peñarol, todo al mismo tiempo, lo que constituye una muestra más del carácter liberal y democrático de nuestras sociedades” (De los Campos, 2007).

En consecuencia, el rol social de los medios de comunicación está asociado con su conducta como actor dentro de la sociedad. Esta visión, al igual que las de la función y la responsabilidad abarca una serie de expectativas por parte de los grupos sociales en relación a sus actuaciones y acciones.

Por lo tanto, la noción de rol social, aunque vinculada con las expectativas como la función, tiene que ver con la conducta. Este es el punto de partida que motiva la elección del término para la investigación, puesto que se le da valor a las acciones y el estudio considera a los medios de comunicación como actores.

Además, aunque el rol social pueda asociarse también con la noción de responsabilidad, ésta tiene un implícito y un explícito de “acción adecuada”; hecho que sitúa al rol en un punto intermedio entre la función y la responsabilidad. Así el rol social da cuenta de la conducta de un ente determinado en la sociedad, de los papeles que cumple.

Como se puede notar las fronteras entre la función, el rol y la responsabilidad social son difusas. Son términos que tienen que ver con las expectativas sociales. Con éstas como punto en común, se analizan de acuerdo con el estatus que ocupan, las acciones que realizan o los efectos que pueden producir y la toma de conciencia de éstos por parte de los medios y quienes en ellos trabajan respectivamente. Un lugar ocupado en la sociedad, también se conquista a partir de las acciones realizadas por un grupo determinado y con la responsabilidad asumida al momento de actuar, con el conocimiento de los efectos que puede generar, se vinculan los tres conceptos.

El espacio público – el funcionalismo y la función social de los medios

En este contexto, varios teóricos se han referido a la función social de los medios de comunicación desde comienzos del siglo XX (haciendo uso más de este término que del de rol social). Hay que considerar que en esa época se encontraba el auge la radio y que con la aparición de la televisión, que en los 50 tuvo su desarrollo a color, se iniciaron las teorías sobre los medios de comunicación masivos y los estudios sobre los posibles efectos en las audiencias. Se veía con preocupación la influencia y el poder que podrían ejercer estos medios. Aún así, no había aparecido Internet, pero ya la inquietud por estudiar la comunicación, su relación con la sociedad y los medios se hizo presente.

Algunos autores incluyeron en sus trabajos definir cuál es el papel que cumplen los medios y cómo se da el proceso de comunicación dentro de la sociedad. El punto de partida fue el alcance de la información y los actores que participaban en el proceso de comunicación en el que entran emisores y perceptores, al igual que los medios y el mensaje. El diagrama clásico de la comunicación de Harold Lasswell sirvió como patrón para diversos trabajos.

En ese momento ya se hacía referencia a cómo el proceso de comunicación se volvía cada vez más complejo e incluso a principios del siglo XX se mencionaba la posibilidad de que el periódico desplazase a los libros¹. Posteriormente lo mismo ocurrió con la radio y con la televisión: algunos impactados por el alcance de los “nuevos medios” de entonces consideraban como una posibilidad que la radio acabase con el periódico y la televisión con la radio. Aunque no fue de este modo y se fueron segmentando públicos, lectores y audiencias; el alcance de los medios de comunicación social aumentó de tal manera que se pensaba bajo una mirada crítica en su poder de persuadir, influenciar.

Como punto de conexión con el entorno, ventanas al mundo y mediadores entre la información, los hechos noticiosos y las personas, los medios de comunicación se consolidan como herramientas que permiten un contacto particular con la sociedad y que pueden contribuir con la cohesión social. Se comienza a perfilar tanto su responsabilidad como su función y rol social. Sin embargo, son muchas las consideraciones que se han incluido al momento de estudiar su papel, puesto que se trata de una amplia red que no sólo abarca a la información, su transmisión a través de los medios y sus efectos, sino que tiene inmersa a procesos de comunicación en la sociedad entendidos ya por Alexis Márquez Rodríguez en los setenta como una operación incesante y sumamente compleja en la que cada unidad comunicacional se combina con otras, formando cadenas comunicacionales más o menos largas, cada una de las cuales, a su vez, se entrecruza con muchas otras, en una vastísima y complicadísima red comunicativa que prácticamente no cesa de operar, y que, además se enriquece y modifica constantemente (1976:25).

Entre los funcionalistas Max Weber, Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld y Robert Merton incluyeron en diferentes momentos estudios sobre la función social de los medios de comunicación, término que emplean al escribir acerca del papel que cumplen dentro de la sociedad, o al menos, que deberían cumplir como parte

¹ Max Weber refiere en 1910 en su ensayo “*Para una sociología de la prensa*” que “se ha afirmado que el periódico desplazará a los libros” (Weber, 1992: 258)

de ésta de acuerdo con las atribuciones que se han asignado y que se le han asignado.

Max Weber

En 1910 Max Weber hacía referencia a la prensa. En su alocución “*Para una sociología de la prensa*” en el Primer Congreso de la Asociación Alemana de Sociología en Frankfurt consideraba significativo el estudio de este medio de comunicación así como la colaboración de los especialistas y los teóricos de la prensa. En esa época señalaba que “carecía de sentido” la enorme importancia general que tenía el medio y que el problema se encontraba en el carácter comercial, que lo afectaba cuando el informar objetivamente entraba en pugna con los intereses de los anunciantes.

Sin embargo, después de la creación de la imprenta de Gutenberg en el siglo XV, el papel misionario que fue cumpliendo la prensa en períodos como el de la Revolución Francesa (1789-1799) le permitió ocupar un rol importante dentro de la sociedad. Así se fue presentando en un primer momento como difusora de ideas, opiniones, y luego como un punto de contacto con el mundo. Durante la Guerra de Secesión de Estados Unidos (1861-1865) el telégrafo permitió que las noticias llegasen a diferentes lugares. De este modo, esa “carencia de sentido” de la importancia de la prensa para el momento de la presentación de Weber, en realidad pareciera responder más a un temor que a una realidad, ya que la prensa fue ocupando un lugar preponderante para la sociedad desde sus inicios.

Entre las consideraciones que Weber realiza, que dan cuenta de un papel de la prensa dentro de la sociedad incluye: crear el ámbito de lo público al convertir en público determinados temas y cuestiones, presentar concepciones del mundo y afectar el modo de entenderlo,

La prensa introduce, sin duda, desplazamientos poderosos en las costumbres de lectura, y con ello provoca poderosas modificaciones en la conformación, en el modo y la manera de cómo el hombre capta e interpreta el mundo exterior. El constante cambio y el hecho de darse cuenta de los cambios masivos de la opinión pública, de todas las posibilidades universales e inagotables de los puntos de vista y de los intereses, pesa de forma impresionante sobre el carácter específico del hombre moderno (1992: 258).

En este discurso incluye una diferenciación entre lo personal y privado con lo público, así como resalta el carácter empresarial de la prensa y las relaciones de poder que van surgiendo, justamente por su valor para la sociedad y para los anunciantes. Partiendo siempre desde su perspectiva sobre el periódico alemán, diferencia la función social de la prensa en Inglaterra, Alemania y Estados Unidos marcadas ya más por la información, y la de los diarios franceses, que destacaban la opinión:

Por ejemplo, el norteamericano espera de su periódico solamente la exposición de los hechos. Las opiniones sobre estos hechos que publica el periódico simplemente no le merecen la pena de ser leídas ya que, como demócrata, está convencido de que en principio entiende tanto o más que aquel que opina en el periódico. Pero también el francés quiere ser demócrata. ¿De dónde proviene entonces esta diferencia? De todos modos: en ambos casos la función social del periódico es totalmente distinta (Weber, 1992: 256).

Este es el punto de partida de la doctrina de la objetividad en el periodismo, que llevaba como bandera “los hechos son sagrados y la opinión es libre”. Weber considera a la prensa como una puerta a la opinión o a la información, dependiendo de su contexto, de la geografía. Además resalta la importancia de tomar en cuenta a los “productores del producto” (no necesariamente en ese momento periodistas) y de preguntarse por “la suerte y la situación del estamento periodístico” (1992: 257).

De este modo, además de resaltar el sentido comercial y de cómo los anunciantes pueden afectar a la prensa, que tenía como limitación el hecho de llegar sólo a la población alfabetada, el trabajo de Weber denota la relación del medio con la opinión pública, la creación del ámbito de lo público y de referencias para comprender el mundo. Igualmente lo presenta como una puerta a la opinión y a la información (dependiendo del país) como elementos que tienen relación con la función social de este medio de comunicación.

Harold Lasswell

Años después, en 1948, luego de la Segunda Guerra Mundial cuando la radio había conquistado una gran audiencia (alcanzando tanto a alfabetados como a aquellos que no sabían leer ni escribir) y la televisión iba a ser fundada para luego

entrar en los sesenta en su época dorada, se hacía referencia a los “medios de masas” por su alcance. En este contexto, el teórico Harold Lasswell incluyó en su trabajo *“Estructura y función de la comunicación en la sociedad”* algunas apreciaciones sobre la situación de los medios y su función en el proceso de comunicación en la sociedad.

En este ensayo presenta también el modelo de la comunicación: “¿quién dice qué, a quién, en qué canal y con qué efectos?”

Lasswell distingue tres funciones en su análisis sobre la comunicación:

- a) La “vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afecten a la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen”,
- b) la “correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno”, y
- c) la “transmisión del legado social” (1985, 68).

En relación con la primera función refiere la presencia de un grupo que vigila el entorno político del estado como un todo. A través de este atributo los medios le permiten a la sociedad observarse a sí misma, cuestionarse y plantear temas que tienen un vínculo directo con las comunidades y sus problemas, proyectos, metas, cultura y valores.

En la segunda función se encuentra el grupo que correlaciona la respuesta de todo el estado al entorno y en la tercera el que transmite ciertas pautas de respuestas de los viejos a los jóvenes. Por lo tanto, se hace referencia a un punto de encuentro, a un medio capaz de poner en común e interrelacionar al estado con el entorno y con la gente. Además se le da un sentido histórico y educativo al incluir entre las funciones la transmisión de pautas de una generación a otra. Se muestra como una herramienta para la sociedad, que le permite verse y supervisarse, interrelacionarse y construirse a sí misma

En su análisis Lasswell resalta también la importancia del contexto en el que se encuentran los valores e identidad de un grupo determinado, apareciendo como consecuencia los “especialistas en el entorno”, los marcos de atención

relacionados con la frecuencia con la que un contenido es puesto en conocimiento de individuos y grupos, al igual que las necesidades sociales a partir de la ideología comunicada. Incluye entonces en su estudio los factores ambientales, los intentos para influenciar el mercado y el observador.

Lasswell refiere igualmente el tema del conflicto social y la comunicación. Para él: “una de las funciones de la comunicación es la de facilitar acerca de lo que está haciendo la otra élite, así como sobre su poderío. (...) Por otra parte se emplea la comunicación con el propósito de establecer contacto con audiencias situadas dentro de las fronteras de la otra potencia” (1985: 60).

La comunicación aparece como un punto de encuentro que en tres niveles le permite a la sociedad conocerse, cuestionarse, entrar en conflicto y dar cuenta de sus valores y modos de ver la vida, coexistiendo la economía, la política y la cultura. En este sentido, se interrelaciona y da a conocer lo que ocurre a través de los medios de comunicación social, canales que participan en la dinámica de la comunicación de masas en la que el contexto, lo público, los intereses y los valores también conviven.

Paul Lazarsfeld y Robert Merton

También en 1948 Lazarsfeld y Merton estudiaron la función social de los medios. En su trabajo “*Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada*” consideran el “poderío potencial de los medios de comunicación social”, la posibilidad de persuadir a las masas, la explotación psicológica a través de la propaganda, el control social y los efectos sobre la cultura popular, en los públicos. Así mismo, resaltan que la función social de los medios está sobreestimada.

En consecuencia, refieren que entre las funciones sociales de los medios se encuentran: “la función conferidora de estatus”, “la imposición de normas sociales” y “la disfunción narcotizante”. La primera está ligada a los acontecimientos públicos, personas, organizaciones y movimientos sociales. En ésta entra el tema de la reputación y la posibilidad de otorgar prestigio a través de

los medios. “Los medios masivos de comunicación otorgan prestigio y realzan la autoridad de individuos y grupos *legitimizando* su estatus” (Lazarsfeld y Merton, 1977: 4).

En el caso de la imposición de normas sociales Lazarsfeld y Merton argumentan que la denuncia pública puede obligar a la acción pública y que por lo tanto se pueden reafirmar las normas. En este sentido, los medios se presentan como un mecanismo de denuncia, que permite el control social. Dan cuenta de lo que sucede y en función de los valores de la sociedad pueden señalar cuando algo se ha salido de la norma. Se constituyen por lo tanto como mecanismos de cohesión y control social: “es evidente que los medios masivos de comunicación sirven para reafirmar normas sociales denunciando a la vista del público las desviaciones respecto de dichas normas” (1977: 6).

La disfunción narcotizante recibe este nombre por ir en contra de los intereses de la sociedad. Esta *disfunción* se expresa en una preocupación superficial difundida a través de los medios que genera apatía de masas, de la transformación de participación activa en saber pasivo. Para Lazarsfeld y Merton “las comunicaciones masivas se encuentran entre los narcóticos sociales más respetables y eficaces”, “la gente lee más pero comprende menos” (1977:7) .

Este último aspecto responde a una visión que le teme a lo masivo y hasta donde puede llegar una información que es de conocimiento público. Es un eco que resuena, que pone de manifiesto una “nostalgia” elitista, que añora un momento en el que sólo pocos podían tener acceso a datos relevantes (que aunque de interés público, no eran accesibles para toda la población). Era un privilegio de los letrados, pero no garantizaba un derecho colectivo. Así el alcance de la información aumentó con la radio y la televisión. Leer y escribir dejaba de ser un requisito para conocer lo que sucedía en el entorno. Quienes pertenecían a esta élite, perdían ese privilegio, y es esta pérdida quizás el origen de algunos temores.

El interés público como eje del poderío potencial de los medios de comunicación social, la adaptación del público masivo al estatus quo social y económico, al igual que el uso de los medios de comunicación para avanzar hacia

tipos designados de objetivos sociales, se encuentran también considerados por los autores. No obstante, para ellos es posible que los medios renuncien a estos objetivos cuando exista un choque con los beneficios económicos.

El contenido y el entretenimiento, al igual que su impacto sobre el gusto popular forman parte del análisis. El papel de los medios en la sociedad se puede encontrar restringido por la agenda y los temas tratados. “La función actual de los medios masivos de comunicación se limita en gran medida a preocupaciones sociales periféricas y por ende no exhiben el grado de poderío social que se les atribuye habitualmente” (Lazarsfeld y Merton, 1977: 14).

La noción de lo público que surge a partir de los medios de comunicación social es el punto de partida para considerar entre las funciones sociales temas vinculados con el estatus, la denuncia pública, las normas y la información difundida a través de los medios. Se introducen en este caso dentro de la dinámica social, brindándoles a las comunidades a través del contacto con el mundo la posibilidad de reconocer sus valores, lograr el control social, pero al mismo tiempo amenazando con la apatía de masas mediante la *disfunción narcotizante*.

Entre viejos y nuevos paradigmas

Aunque Weber, Lasswell, Lazarsfeld y Merton incluyen diversas perspectivas sobre la función social, en la actualidad conviene revisar si después de más de medio siglo es posible incluir nuevos planteamientos sobre el papel de los medios. Al tratarse de una época de cambios en la que la plataforma tecnológica y las dinámicas del espacio y el tiempo han adquirido varias dimensiones (espacios y tiempos reales y virtuales inmersos en una gran red de comunicaciones) se reafirman algunas ideas pero surgen también otras visiones, que plantean el rol social de los medios de comunicación social, como actores más que como una conducta esperada, que corresponde a la función social. En este sentido, aunque los autores emplean el término función social, el enfoque se

centra en el de rol social, que tiene que ver más con sus acciones, que con su estatus y su “deber ser”².

Entre las funciones otorgadas a los medios por los funcionalistas se encuentran: crear el ámbito de lo público, presentar concepciones del mundo y afectar el modo de entenderlo, ser una puerta a la opinión y a la información, permitir la supervisión o vigilancia del entorno, correlacionar las distintas partes de la sociedad, transmitir la herencia social, conferir status, imponer normas sociales y la *disfunción narcotizante*.

La relación con lo público y la opinión pública siguen siendo inherentes a los medios. Responden a su dinámica de dar a conocer a más de una persona algo (un hecho, un programa, una opinión,...). Tiene que ver con la necesidad de comunicar y un constante poner en conocimiento de lo público lo importante, interesante, entretenido, atractivo, educativo, noticioso para un conjunto de individuos. La posibilidad de otorgar status a personas, entidades, instituciones se desprende directamente de este carácter público y, por lo tanto, se reafirma. Aparecer en un medio de comunicación, ser visto, escuchado o leído confiere o reconoce posiciones determinadas dentro de un grupo.

Además como canales de comunicación, sus espacios permiten a miembros de grupos sociales expresar sus opiniones. A través de consultas, la participación, su aparición en los medios y la interacción que ofrece Internet; la posibilidad de ser puertas a la opinión cobra mayor importancia.

En el caso de la información, ésta sigue siendo uno de los ejes centrales de los medios de comunicación, responde a un conjunto de datos que pueden cobrar valor por una serie de atributos y ser hechos noticiosos, entrar en el ámbito de la

² En este aparte se aborda la noción de rol y función social de los medios de comunicación, quedando por fuera la de responsabilidad social. Como se mencionó en un primer momento, el enfoque del trabajo se encuentra centrado en la visión de los medios como actores, por lo que se resalta el rol social. En este sentido, como la mayoría de los autores han incluido reflexiones sobre la función social de los medios (presentadas anteriormente), que abarcan en algunas ocasiones análisis que parten de las acciones que cumplen, fueron incluidas para tener una visión más completa de la noción del rol-función. De este modo, quedó por fuera una revisión a mayor profundidad para posteriores trabajos de lo referente a la responsabilidad social de los medios de comunicación, que involucra aspectos como políticas institucionales y del estado, entre otros.

información periodística. Aun así estos datos pueden asumir un carácter diferente al periodístico en Internet, donde conviven grandes flujos de información y lo público y notorio adquiere dimensiones relativas de acuerdo a grupos de intereses comunes que pueden darle relevancia a una información determinada. Se va volviendo más específica y segmentada, no por ello más notoria a nivel macro, pero sí de gran relevancia para un conjunto de personas, para una comunidad virtual que decide en medio de una amplia opción con qué quedarse, cómo interactuar con lo que consigue y qué datos generar. En esta red informativa la basura (*spam*) también es una opción.

La posibilidad de que los medios de comunicación social presenten concepciones del mundo y afecten el modo de entenderlo se produce también a través de lo difundido. La información, el análisis, la programación, las opiniones son miradas al entorno. Desde una oferta de entretenimiento hasta una informativa llevan implícitas un conjunto de valores, una percepción particular de la información, de la vida y las relaciones sociales, del mismo proceso de socialización. Es una propiedad que se mantiene en el tiempo y que simultáneamente está vinculada también tanto con el permitir la supervisión del entorno como con la imposición de las normas sociales y la transmisión de la herencia social. Se trata igualmente de un papel histórico, al servir de memoria colectiva y de registro de lo que ocurre en la sociedad.

Sin embargo, el uso del término “imposición” de la normas es cuestionable. Ya que en el proceso de formación intervienen diversos factores y los medios si bien muestran opciones y pueden tener la capacidad de afectar las opiniones y los modos de pensar, no tienen el don de tal “imposición”. Median, presentan modelos, sugieren, mas no imponen. La educación en las instituciones, el entorno familiar y el contacto con la sociedad son determinantes en esta transmisión de normas. Se podría tratar más de una influencia que de una “imposición”.

Con la *disfunción narcotizante* de Lazarsfeld y Merton ocurre algo similar. Ésta refiere una preocupación superficial presente en los medios que repercute en la apatía de las masas. Plantea una analogía con la comunicación masiva y los narcóticos. Sin embargo, de este planteamiento lo que se desprende es una crítica

a los contenidos presentes en los diferentes medios. Es un tema de las perspectivas y la oferta. Sí es posible conseguir cierta influencia, pero hay que rescatar que el perceptor no es una masa inerte. Tal *disfunción* radicaliza la influencia de los medios sobre las audiencias, al igual que la referencia a la “imposición de normas”. Se pueden presentar llamados a la acción y al análisis y en esta misma medida se iría en contra de esta idea. No se pueden dejar de lado tampoco los otros actores sociales, el proceso de formación de cada individuo y su manera de relacionarse tanto con el mundo como con los diferentes medios de comunicación.

Este tipo de planteamientos ha derivado en ocasiones en la creencia del mito de la dominación mediática. Hay que considerar que tal “dominación” y “poder supremo”, que en diversos momentos algunos autores le han atribuido a la prensa, la radio, la televisión y ahora a Internet, tiene muchas veces que ver más con la ignorancia, el desconocimiento, la capacidad de influenciar y ser influenciado, que con la posibilidad de cada medio de “imponer”. Esto tiene relación con un problema de falta de políticas públicas educativas y culturales. No es una responsabilidad única de un espacio dado para poner en común, para mediar, para dar a conocer. La manera en la que cada perceptor, usuario, entiende el medio y su capacidad de ser crítico ante lo que escucha, observa o lee determina su posibilidad de ser influenciado.

En este sentido, muchas de estas ideas se mantienen. En el presente se agregan más medios, canales y dinámicas de comunicación, las tecnologías de la información y comunicación ofrecen nuevas herramientas, algunas barreras como las del espacio y el tiempo se derrumban, al tiempo que la realidad se hace cada vez más compleja, los intercambios de información pueden ser multidireccionales y las relaciones humanas se insertan en este contexto. Así surgen aristas que se añaden a los planteamientos presentados durante el siglo XX por algunos teóricos.

Un hecho importante para el planteamiento del rol social de los medios tiene que ver con la revalorización de la relación con la audiencia, los usuarios o los lectores, según sea el caso. La interactividad introducida por Internet, ha permitido la reaparición de un elemento esencial para los medios de

comunicación, una de sus razones de ser, en ocasiones menospreciada, que tiene que ver con el sentido humano, con ese perceptor que es el que elige y le da poder al medio. Mientras más personas lo prefieran, mejor posicionado se encontrará, mayor alcance tendrá y, hasta desde el punto de vista económico y del medio como empresa, mayores beneficios económicos podrá percibir.

Así mismo, mientras aumenta la oferta mediática, aumenta la posibilidad de los perceptores de elegir entre los productos. Esto genera la necesidad de que se piense en una programación ajustada a sus gustos, a sus necesidades, a la búsqueda que hacen usuarios, lectores y audiencias en los diversos medios a diario. El contacto con lo humano, el funcionar como canales para poner en común se hace fundamental: comunicar, informar, establecer contactos, nexos y dialogar.

En este entorno el trabajo realizado a través de los medios de comunicación puede contribuir con la posibilidad de comprender la complejidad del presente. Lo público y la misión de denuncia reafirman su valor. Siguen siendo una puerta a la expresión de ideas y pensamientos, y a través de de la difusión de principios y valores, y de dar espacios a la opinión permiten que sean una ventana a lo que ocurre, un punto de conexión y cohesión social, al tiempo que estén atentos ante los derechos humanos universales y sus violaciones. Vuelve nuevamente la categoría de supervisores. Sin embargo, el callar y el silencio irían en contra de estos principios, de ese sentido humano que responde a las necesidades sociales y plantearía los problemas que surgen cuando existen vacíos informativos.

Se requiere entonces de una constante autoevaluación y autocrítica por parte de los medios y de las personas encargadas de generar contenidos, de informar, presentar los análisis y opiniones, en el caso de los medios tradicionales, de los periodistas. Esta revisión por parte de quienes a diario comunican, tiene que ver con la difusión de modelos y patrones, con el hacer público lo que ocurre y conferir valor a hechos, acontecimientos y personas y con una labor educativa no convencional, producto de lo que se muestra en los diferentes espacios de los medios de comunicación y que llega a los perceptores con múltiples rostros y formas de pensar, que no son una masa uniforme.

Además las dinámicas introducidas por las tecnologías de la información y comunicación unidas con esta posibilidad formativa permiten que los medios se constituyan tanto en actores para el desarrollo como en actores globales y locales, en puntos de conexión entre lo regional, lo nacional, lo internacional y la percepción global del mundo en el que las fronteras desaparecen en la red virtual de Internet y las transmisiones satelitales permiten un contacto universal y particular con el orbe. En ese proceso de ilustrar un presente en el que conviven varias realidades y tiempos marcados por el entorno físico, el mediático y el informático, inmerso en Internet, participan los medios de comunicación social.

Por lo tanto, aparte de permitir la opinión, la información y también el entretenimiento y algunas actividades económicas, manejar mensajes de interés público, conferir poder, estatus y autoridad, facilitar el análisis de hechos y acontecimientos y establecer modas, tendencias y patrones; los medios siguen influyendo y participando en el proceso de socialización. Esto refirma la necesidad e importancia de la presencia de la ética en los diferentes medios de comunicación y en los periodistas.

En consecuencia, se puede hacer referencia a varios ejes que vinculan a los medios de comunicación social con su rol social: informativo, educativo, de entretenimiento y de opinión asociados con las áreas económicas, políticas, sociales y culturales de la sociedad. Se trata de un rol activo, inserto en una época de cambios en la que la interactividad y la participación de los usuarios proponen diversas visiones sobre el trabajo de los medios y reafirman el valor del hombre como protagonista en los procesos de comunicación. Es un momento en el que las fronteras entre el rol, la función y la responsabilidad social son trazos suaves con más puntos en común que diferencias, son visiones complementarias sobre el trabajo que realizan los medios en la sociedad.

Los medios antes y después de Internet

En este contexto, los medios de comunicación social se han reafirmado como punto de conexión con el entorno y a través del proceso de mediación pueden seguir contribuyendo con la cohesión social, así como también pueden

separar y distanciar cuando los principios éticos se dejan de lado y se hacen o no voceros de ciertas informaciones. “Puede afirmarse que la comunicación (incluyendo la que recurre a los MCM), establece una cierta consonancia entre el cambio del entorno y la transformación de las representaciones del mundo” (Serrano, 1989: 42). Así la información entendida como datos, acontecimientos, conocimientos primarios y noticias, al cumplir con una serie de atributos como la novedad, la actualidad, la significación social y el interés humano; factores como la ruptura del umbral, la imprevisibilidad, la significatividad, entre otros; y valores, entran en el terreno de los hechos noticiosos, y al ser transmitidos a través de los medios dejan de ser información, para ser información periodística (Dragnic, 2003: 126, 127, 139).

Desde sus inicios, con la aparición de la imprenta de Gutenberg en 1454, que marcó el comienzo de la producción masiva de libros y el posterior nacimiento de los primeros periódicos, los medios de comunicación social y, en particular, la información periodística, han cumplido roles sociales específicos de acuerdo al contexto en el que se han encontrado. De este modo, han sido punto de conexión para sus lectores, audiencias, para sus seguidores. Han permitido mostrar realidades locales y globales, dar a conocer opiniones, ser la base de procesos de comunicación masivos y un elemento clave para la sociedad.

En 1660 aparece en Leipzig el primer periódico, y a partir de ese momento se comienza a desarrollar un periodismo de opinión. La información periodística que llegará a manos de unos pocos alfabetas, será elaborada por intelectuales y cumplirá un papel misionario. El periodismo como misión a través de la opinión contribuirá con la lucha contra las monarquías y regímenes autoritarios. En consecuencia, intentará ser controlado por el poder y contribuirá con la formación de políticos y la propaganda gubernamental.

De esta forma, la sociedad irá dependiendo poco a poco de la prensa, no sólo para comprender opiniones sobre un proceso político, sino también para estar al tanto de lo que ocurre en sus localidades.

Con la revolución industrial, la modernización va a abordar el área periodística. De esta forma, en el siglo XIX se masificará la prensa y se comenzará a desarrollar una nueva forma de periodismo, el periodismo informativo, determinado por la doctrina de la objetividad. El periodismo deja de ser una misión y comienza a ser una industria.

Luego, en los años 20 con la aparición de la radio y en los 40-70 con el nacimiento de la televisión, se masifica aún más la información periodística, y, en este sentido, se consolida su necesidad social. Aunque se pensaba, por el *boom* que causaron al llegar tanto a alfabetas como a analfabetas, que un medio aniquilaría a otro; al final cada uno asume su espacio, teniendo sus públicos específicos y sus características particulares. El sonido y la imagen muestran visiones diferentes de los hechos, la información periodística se consolida como elemento de cohesión social y el periodismo interpretativo aparece, buscando darle respuesta a las causas y las consecuencias de lo ocurrido, siendo el hecho noticioso un acontecimiento (Vázquez Montalbán, 1997).

Hoy Internet se incluye dentro de los medios de comunicación, con una dimensión social particular y un alcance local y global, que redimensiona nuevamente a la información periodística. “Internet es un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global. Del mismo modo que la difusión de la imprenta en Occidente dio lugar a lo que McLuhan denominó la Galaxia Gutenberg, hemos entrado ahora en un nuevo mundo de comunicación: la Galaxia Internet” (Castells, 2003: 17).

Son varios autores los que han referido cambios dentro de los medios de comunicación a partir del auge de Internet, entre otras tecnologías de la información y comunicación. Jiménez considera que son diversos los aportes que se han hecho, entre ellos: el mejoramiento y optimización de los procesos de producción, los modos de transmisión de los mensajes, la forma de relacionarse con el público y su gestión estratégica. Se incluye la interactividad, se particularizan las audiencias, aumentan los recursos y la información se actualiza constantemente. “Interactiva, universal, simultánea, inmediata, integradora, libre,

actualizable, personalizada”, son las particularidades que “hacen de Internet un fenómeno en cuanto a comunicación” (2004).

Es a partir de todos los conceptos y nociones que surgen de las discusiones sobre Internet, Sociedad de la Información y Tecnologías de la Información y Comunicación, que se desprenden todas las nuevas oportunidades y desafíos para los medios de comunicación y por supuesto, para los comunicadores sociales de profesión. Desde esta nueva forma de ver y vivir el mundo, se establecen también nuevas formas de ver y vivir la profesión de la comunicación social, una discusión que al igual que el instrumento que la obliga (Internet) tiene dimensiones inimaginables (Jiménez, 2004).

Por su parte, Rosa Franquet menciona entre los cambios la multiplicación de las fuentes de información, que incluye a Internet y genera más información. Además Internet aparece también como medio de comunicación y como fondo documental. (2003). Budd agrega que es “más dinámica y rápida que la prensa de imprimir, más versátil y personal que la televisión, y más absorbente que cualquier medio conocido por el género humano” (2003).

Aunque esta sea la visión más frecuente por parte de algunos teóricos al momento de hacer referencia a Internet, otorgándole superioridad sobre los otros medios, o bien resaltando sus beneficios y opacando el valor de los demás medios de comunicación social; esta plataforma ha servido de herramienta para la radio, la televisión y la prensa. Más allá de superarlos, se trata de un medio diferente, un medio más con unas características particulares. No conviene otorgarle tal superioridad, sino reconocer sus fortalezas y debilidades, al tiempo que cada medio debe asumir su propia personalidad, identificar a sus públicos, audiencias, usuarios específicos, según sea el caso, y replantearse su papel en una dinámica de constantes cambios tecnológicos, introducidos sí en parte por Internet y las tecnologías de la información y comunicación, que repercuten en la sociedad y generan nuevas formas de entender el mundo, diversas posibilidades y opciones, diferentes miradas a una realidad cada vez más compleja.

“Internet, como sistema tecnológico, permite aumentar claramente el rendimiento de la comunicación individual; es más rápido, más interactivo, hay más informaciones, es – de momento – más barato. En esto, Internet es un progreso tecnológico innegable en relación con la radio y la televisión. Pero si

Internet completa la radio y la televisión en su dimensión individual, no las sustituye en su dimensión colectiva” (Wolton, 2000: 69).

Además Internet como herramienta ha facilitado a los otros medios aumentar sus posibilidades de alcance: difundir informaciones en vivo, llegar a más lugares, acceder a más fuentes de información,... “Los nuevos sistemas de transmisión de información on line han permitido a los periódicos, revistas, estaciones de radio o televisiones ensanchar su campo de actuación y las fronteras de cada medio de comunicación han empezado a desdibujarse” (Franquet, 2003).

Estos sistemas de redes han replanteado las nociones de tiempo y espacio, variables fundamentales para la organización social dentro de diversos esquemas de interacción y de la economía global. Los parámetros han cambiado y estos dos elementos esenciales para la vida humana se mantienen presentes de diferentes formas y en varios niveles. Las barreras espacio-temporales se han derrumbado en la medida en que las tecnologías de la información y comunicación permiten intercambios simultáneos entre personas ubicadas en diversos lugares físicos, pero que se encuentran paralelamente en un mismo espacio virtual compartiendo un tiempo, mientras que en su contexto transcurre otro.

Se trata de la convivencia del espacio de los flujos, propio de las dinámicas de la red y el tradicional correspondiente a los lugares. Es un espacio que es tiempo cristalizado, son ciudades globales que no son lugares sino procesos, son redes de intercambios y es al mismo tiempo el desdibujamiento de las jerarquías territoriales. Esta ciudad global es un proceso en el que centros de producción y consumo y sus sociedades locales auxiliares se conectan en una red global a partir de los flujos de información (Castells, 2000: 409, 462).

En relación al tiempo, Castells considera que se da una nueva concepción, que es la que define como tiempo atemporal, siendo éste la forma emergente *dominante* del tiempo social en la sociedad red. Éste trae la pérdida del tiempo cronológico y le da cabida a la simultaneidad. Se da entonces una ruptura en la ritmicidad. “Un ritmo biológico secular ha sido reemplazado por un momento de

decisión existencial” (2000: 485). Es un tiempo que convive y transcurre simultáneamente con el opacado tiempo cronológico.

La actualidad experimenta en consecuencia un período de transformaciones, de cambios, en el que las tecnologías y la economía han afectado directamente a la sociedad. Se habla de diversos modos de vida, de costumbres y formas de organización en las que confluyen las visiones tradicionales del tiempo y espacio, con aquellas que surgen a partir de las redes, las conexiones, la interactividad. En este contexto, la información, los flujos e intercambio de datos juegan un rol fundamental, que le dan cabida a lo que se ha llamado La Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Las redes alcanzan entonces a los medios de comunicación. Existe la posibilidad de acceder a parte de la información *on line* y a las versiones *on line* de los medios de comunicación. Sin embargo, no toda la población mundial es usuaria de Internet, las presentaciones son distintas y las preferencias entre los formatos son variadas. Si bien los intercambios pueden resultar favorables, es importante que cada medio reconozca sus propias características y sus particularidades, para que sus acciones sean cónsonas con sus atributos.

Los medios de comunicación ya no son dispositivos que operen en forma aislada en cada país y que estén interconectados en algún punto con otros dispositivos similares; ahora consisten en un mundo de redes en el cual los elementos involucrados son esencialmente computadoras en vez de los clásicos conmutadores de antaño, y con una fuerte tendencia a integrarse con la red mundial de comunicaciones, conocida como Internet (Carreón, 2004).

Al respecto Jesús Martín Barbero señala que “parecería que la apropiación del computador y las nuevas tecnologías de diseño estuvieran ante todo posibilitando a la prensa escrita competir con la televisión: predominio de la imagen sobre el texto escrito hasta extremos disparatados en las ediciones del domingo, brevedad de los artículos con tendencia a ser cada día más cortos y más fácilmente digeridos” (2004).

Se nota una tendencia a la uniformidad en las presentaciones de los trabajos de los medios. Julio Villanueva Chang refiere que “cada día es más difícil saber lo que sabemos. A pesar de todo, el trabajo del reportero de diarios y revistas

suele ser un *tour* sin tiempo para el azar ni la reflexión: páginas programadas, entrevistados programados, escenarios programados, respuestas programadas, tiempo programado, lenguaje programado” (2008). Por lo tanto, aunque estemos frente a una realidad compleja, se mantiene en muchos casos esta tendencia a querer emular y no crear, a competir con los otros medios y no generar una cara propia, que en vez de copiar traiga propuestas novedosas y se acerque más a las necesidades de las audiencias, reconociendo el valor que tienen los medios para el hombre y reafirmando en consecuencia parte de su rol social.

Esta disposición a copiar otros modelos y a asumir la forma de otros medios no es algo extraordinario, pero sí plantea una señal de alerta. La historia de los medios de comunicación social ha mostrado que con la aparición de un medio nuevo, el anterior se siente amenazado; teme por su desaparición. En este sentido, copia modelos y formas del nuevo para sobrevivir. Con el paso del tiempo, cuando nota que es sólo una oferta más, reasume su forma y deja de emular. Es momento entonces para cada medio de reconocer las posibilidades que las tecnologías de la información y comunicación como herramientas le ofrecen, pero de presentar al mismo tiempo sus programas y contenidos de acuerdo con las características que le son propias, innovar respondiendo a su forma y no copiando los modelos que no se ajustan a ellos.

La prensa quiere imitar a la televisión. Desde hace un tiempo los periodistas se empeñan en parecerse cada vez más a los fiscales y a los curas. Si es una virtud consagrada publicar una noticia *a tiempo*, el problema es que *el tiempo justo* para publicarla no lo dicta la incontestable autoridad de un reportaje, sino la desesperación de ganar a periódicos *on line* y telediarios de competencia (Villanueva, 2008).

Dominique Wolton recuerda que “todo medio de comunicación nuevo desestabiliza el sistema y entra en competencia con los medios anteriores, empezando por su financiación. Pero, por el momento, ninguna tecnología de comunicación ha hecho desaparecer a la precedente. Se han juntado todas unas con otras. Estamos ante una cuestión antropológica: ¿Hasta dónde serán capaces los hombres de integrar nuevas tecnologías de comunicación conservando las precedentes?” (2000:64)

Así mismo, lo que algunos autores sí reconocen es que se trata de un momento de cambios para la comunicación. Carlos Arcila Calderón en su trabajo “Claves para entender el Medio Digital” da cuenta de diez cambios de paradigmas, dados a conocer por Orihuela, que dan lugar a la “e-Comunicación”: “de audiencia a usuario, de medio a contenido, de soporte/formato a multimedia, de periodicidad a tiempo real, de escasez a abundancia, de intermediación a desintermediación, de distribución a acceso, de unidireccionalidad a interactividad, de lineal a hipertexto, de información a conocimiento” (2006: 7,8).

Estos paradigmas tienen que ver con las características particulares de Internet. En este espacio los internautas son usuarios del medio. Más que una audiencia observadora, tienen la posibilidad de participar, interactuar y hasta ser generadores de contenidos. Acceden a las herramientas, buscan información, hacen uso de las ofertas del ciberespacio y, de este modo, no responden a las características tradicionales de la audiencia. Es una noción que supone un cambio del plural implícito de la audiencia, al singular-individualizado del usuario. Esta transformación es una de las más llamativas, motivo por el cual se aborda con más detalle, ya que redimensiona la relación del medio con la audiencia y propone otras formas de generar contenidos, que plantean igualmente un reto para los medios de comunicación.

Los otros cambios de paradigmas también afectan las dinámicas de la información y la comunicación, y por lo tanto, de los medios. Los aspectos relacionados con el multimedia, el tiempo real (la inmediatez, propia de un tiempo virtual más que de un tiempo real), la abundancia, la intermediación, el acceso, la interactividad y el hipertexto son propios de los atributos de la red y de los avances que en ésta se han implementado.

No obstante, el último cambio de información a conocimiento responde más a una meta que a una realidad. El hecho de conseguir mayor cantidad de datos en la plataforma digital, no implica que haya mayor conocimiento, una categoría más compleja. Es necesario poseer una formación adecuada y tener la capacidad de reconocer entre toda la oferta informativa electrónica, aquellos contenidos que no son basura, además de interrelacionarlos y analizarlos, para que entonces la

información pueda ser una fuente de conocimiento para los usuarios. De lo contrario, se tiene acceso a una gran cantidad de datos, que también pueden generar una gran red de confusión.

Igualmente Carlos Abreu Sojo contempla entre los rasgos distintivos de Internet: los mensajes elaborados con Hipertexto, la actualización continua de la información, el acceso a un volumen mayor de información, una interactividad peculiar y la posibilidad de ofrecer un producto personalizado. Complementa su análisis con la visión de Sandoval, que considera 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 en Abreu, 2003: 42).

Todos los cambios e interrogantes que surgen a partir de las tecnologías de la información y comunicación y que afectan directamente a los medios de comunicación social, plantean una revisión de la comunicación en general y de su rol en particular. En este entorno, la información cumple un papel protagónico. Inmersa en diversas dinámicas entre las que se encuentran las redes, la personal y la mediática, reafirma la importancia de los medios de comunicación para la sociedad.

En consecuencia, los medios de comunicación intentan responder a las necesidades del colectivo del presente, del hombre complejo que también vive en sociedad, que duda, que piensa, que tiene retos y necesidades, y entre ellas, la necesidad fundamental de estar informado de lo que ocurre en su mundo. Por lo tanto, la información (periodística y no periodística) ha cobrado hoy tanta importancia para la sociedad, que se ha convertido en uno de los ejes centrales de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

De acuerdo con Francisco Iturraspe: “la información se está convirtiendo en una de las mercancías más negociables en el mundo contemporáneo y el

desarrollo de tecnologías de información conduce un proceso de integración y convergencia que es en sí mismo creador de una transformación en todas las prácticas de trabajo, pero, particularmente ha cambiado los paradigmas, métodos y sistemas productivos en el campo de la comunicación social” (2003, 13).

El comunicar, entendido como “hacer común” adquiere entonces diversas dimensiones. Sin abandonar el esquema tradicional de Lasswell, se entremezclan en el espacio de lo social, que comprende “fenómenos de interrelación humana generalmente vinculados al complejo tecnológico de los “medios de masas”” (CELAM, 1996: 21), las posibilidades que ofrecen nuevas mediaciones como la de Internet, dándole cabida a la interactividad, no usual años atrás en los medios de comunicación social tradicionales. “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” (Abreu, 2003: 42).

El periodista, profesional de la comunicación social, que generalmente trabaja en algún medio y genera información periodística, adquiere una dimensión importante dentro de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, reafirmando su rol social y participando dentro de la dinámica informativa a diferentes escalas. Gustavo Manrique define su papel actual como fundamental por sus destrezas para identificar la noticia y captar el interés del interlocutor, por su capacidad para describir realidades, su comprensión de las características de los medios, pero fundamentalmente por su sustento filosófico y antropológico que le permita reconocer al ser humano en su plenitud, el bagaje cultural, la ética y la permanente formación (2004).

Es así como medios de comunicación y periodistas participan dentro de una dinámica determinada por la ruptura de las barreras espacio temporales y altos flujos de información en la que cada medio va redefiniendo su personalidad y va adquiriendo un lenguaje y rostro particulares, perdiendo a veces el sentido en esa búsqueda del norte, pero intentando redimensionar sus formas en la carrera por permanecer en el mercado. En este contexto recobra el sentido social del valor del lenguaje y los medios en la comunicación referido por Niklas Luhmann:

El lenguaje, los medios de difusión y los medios de comunicación simbólicamente generalizados son, por lo tanto, logros evolutivos que, en mutua dependencia, fundamentan y aumentan los rendimientos del procesamiento informativo que puede aportar la comunicación social. De esta manera, la sociedad se produce y se reproduce como sistema social. Una vez iniciada y sostenida la comunicación, es inevitable la formación de un sistema social que la delimita; por otra parte, del desarrollo de los sistemas sociales surgen aquellas condiciones fundamentales que hacen posible formar expectativas respecto de lo en sí improbable, y transformar de esta manera lo improbable en suficientemente probable. En el nivel de los sistemas sociales, este es un proceso extremadamente autopoietico que produce por sí mismo aquello que lo hace posible (1991, 173).

De esta forma la comunicación se reafirma como una figura central dentro de este contexto en el que los sentidos, múltiples voces y canales forman parte de una gran red, que entra dentro de la informática y la supera. Se introducen así en el espacio de la comunicación y la Sociedad de la Información una serie de riesgos planteados por Javier Bustamante Donas, que incluyen el pasar por alto los verdaderos cambios que las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) causan en nuestras vidas, así como la capacidad humana de asimilación de un ritmo de innovación tecnológica con una tasa exponencial de crecimiento, a través de la creación de nuevos valores, normas y estilos de vida que crece en proporción aritmética –si es que crece- (2003, 18).

Los medios de comunicación social, son entonces una herramienta más de la Sociedad de la Información. Estos siempre han jugado un rol importante para la humanidad, y en esta ocasión, no escapan de ello. Sin embargo, hay que aclarar que los medios de comunicación no representan la solución a la entrada a la Sociedad de la Información, y mucho menos, la resolución de todos los problemas de la sociedad. Estos canales además de entretener y educar, han cumplido con el papel fundamental de ser mediadores entre la información y la sociedad, su audiencia. Así mismo, han permitido la difusión de pensamientos e ideologías. El camino hacia el desarrollo y la disminución de algunos problemas sociales contemporáneos está marcado por un trabajo colectivo que conjugue todas las herramientas con las que cuenta el hombre para alcanzar este objetivo, comenzando por su raciocinio.

Todos los cambios planteados a partir de las tecnologías de la información y comunicación reafirman la necesidad de que los medios los reconozcan y, en vez de introducir una lucha camaleónica en contra o a favor de ellos, se planteen

cuáles son las oportunidades y restricciones que ofrecen en su trabajo, más como herramientas que como protagonistas. En esta medida, es importante que tengan en cuenta su vínculo con la sociedad, su relación con el hombre y el rol social que desempeñan en el presente.

Se trata de un rol social activo, que conjuga la visión tradicional con la mirada que propone un trabajo realizado desde los medios de comunicación social en una sociedad de redes, de intercambios y conexiones en la que la información es de gran valor. Es un papel que involucra a los medios dentro de lo que se ha llamado la Sociedad de la Información, ya que además de estar inmersos en las dinámicas que surgen a partir de las tecnologías de la información pueden contribuir con la comprensión del mundo y los cambios que dibujan un panorama complejo.

De este modo cobra aún más valor, la importancia el uso de la noción de rol social para los medios, ya que responde a las acciones y al papel que cumplen dentro de la sociedad actual. No es únicamente el hecho de hacer algo de conocimiento público, sino del peso que tienen en el proceso de socialización, en hacer llegar la información y en la relación que la audiencia puede alcanzar con los medios. Se constituyen como un punto de conexión y cohesión social, en actores para el desarrollo logrado a través del acceso a información, a contenidos de calidad, que puedan ser la vía al conocimiento a través de su procesamiento y comprensión.

Inmersos en la dinámica de las redes, en la convivencia de varios espacios y tiempos, en una realidad múltiple y compleja, los medios de comunicación social deben dejar de intentar copiar las formas de otros medios, para preocuparse por innovar, reconocer y conocer su entorno, en vez de introducirse en un proceso mecánico. Al tener en cuenta que es un ser humano el que trabaja y usa las tecnologías, la preocupación estaría en la inquietud por producir contenidos humanos para el hombre y no mecánicos para los medios. De esta forma, se reafirmaría el sentido humano de la comunicación social.

Capítulo II
La Sociedad de la Información y la Comunicación



Wassily Kandinsky - To the Unknown Voice 1916

*Una revolución tecnológica,
centrada en torno a las tecnologías de la información,
está modificando la base material de la sociedad a un ritmo acelerado.*

Manuel Castells

Como punto de partida de este capítulo, se considera el análisis global de la relación comunicación, nuevas tecnologías y globalización. La forma en que los cambios ocurridos en diversas áreas a partir del auge de las tecnologías de la información y comunicación, han afectado nuestra percepción y relación con lo que han sido las variables más constantes de la vida humana social: el tiempo y el espacio, se incluyen en este aparte.

La información se muestra como uno de los elementos con mayor valor en la sociedad actual, que abre y cierra puertas en diferentes ámbitos. La importancia que ha cobrado la convierte en uno de los ejes centrales de lo que se ha llamado la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Se analiza el concepto, una definición aún en construcción, abordada bajo diferentes ópticas por autores como Becerra, Castells y García Canclini. Así mismo, se mencionan algunos problemas que han surgido frente a la realidad que muestran las tecnologías de la información y comunicación, como el de la “brecha digital”, que será profundizado en los próximos capítulos.

Comunicación y nuevas tecnologías

Las tecnologías de la información y comunicación, que incluyen al sector de las telecomunicaciones y la informática³, es decir, elementos como Internet, computadoras, telefonía fija y móvil, satélites, que facilitan procesos de comunicación y, por lo tanto, la transmisión de informaciones a diferentes lugares de forma instantánea (en la mayoría de los casos); se han hecho cada vez más frecuentes en la sociedad actual. Aunque aún no todos tienen acceso a ellas, es más común y cotidiano su uso, al tiempo que se han convertido en elementos claves para la economía mundial y han afectado, en consecuencia, algunas dinámicas sociales.

Como destaca Cañizález “la red de Internet, los satélites, las computadoras, la fibra óptica que nos lleva la televisión por cable, son cada vez más elementos de

³ La unión de las telecomunicaciones y la informática también es conocida como Telemática

lo cotidiano en nuestras sociedades. Cuando nos referimos a las nuevas tecnologías hablamos de esos elementos que en muchos sentidos ya son parte de nuestras vidas” (2000: 4).

Los procesos de comunicación van adquiriendo diversas dimensiones, en la medida en que las tecnologías como herramientas ofrecen distintas modalidades a los usuarios. Los intercambios instantáneos de datos y mensajes entre muchos individuos son posibles al tiempo que se entretajan informaciones en estos procesos, inmersos en una gran red. Es factible, por ejemplo, que una persona converse con tres al mismo tiempo, ubicadas en lugares y tiempos diferentes: la primera cara a cara (a la que ve y escucha, comparten el mismo espacio y tiempo real), la segunda a través del teléfono (a la que sólo escucha, puede estar en la misma ciudad, pero no coinciden en el espacio físico) y la tercera vía Internet (a la que lee, aunque también podría escuchar y ver si dispone la tecnología adecuada, con ésta tiene en común un espacio y un tiempo virtuales, pero no necesariamente los reales; pueden estar en países con diferentes husos horarios). Esta es sólo una forma, en medio de un conjunto de opciones para el intercambio de información.

“Es un periodo caracterizado por la integración del teléfono, del ordenador y de los medios de comunicación que lleva al ser humano a ampliar sus posibilidades de relación con los demás hombres a través de sonidos, imágenes y datos”⁴ (Bethencourt, 2002). En este sentido, es una época en la que las herramientas con las que cuenta el ser humano para comunicarse y socializar determinan su manera de entender el mundo, al igual que lo distancian de aquellos que no manejan o no cuentan con estas tecnologías. La organización social y la relación con el entorno están en ocasiones mediadas, y los contextos de cada individuo pueden responder tanto a planos reales como virtuales (cibernéticos).

Así lo entendía McLuhan con su *homo typograficus*, para quien “más que partir con premisas dadas de antemano o si las tiene o no, ellas son una excusa para dar inicio a la exploración del objeto que se ha planteado: los medios de comunicación y las últimas tecnologías surgidas dentro de la era electrónica, su

⁴ A esta integración se la ha llamado también “convergencia tecnológica”. Abarca a los medios, la informática y las telecomunicaciones.

influencia y capacidad de transformar la percepción, los sentidos y las costumbres y hábitos del *homo typograficus*” (De los Reyes, 2001: 74). Para él las nuevas tecnologías podrían afectar la apreciación humana del mundo: “cualquier innovación de los aparatos de comunicación electrónicos o derivados de los mismos y que entren a proyectarse dentro de una relación social lleva a la par una modificación de la estructura de nuestra percepción” (De los Reyes, 2001: 78).

Las tecnologías de la información y comunicación trazan entonces una serie de posibilidades y limitaciones dentro de la comunicación del hombre. Posibilidades en la medida en que aumenta el número de canales, los mecanismos para múltiples intercambios de información entre emisores y receptores que cambian sus roles constantemente, y que se pueden procesar estos datos para generar conocimiento. Limitaciones que surgen a partir de la complejidad de grandes flujos de información y que en el deslumbramiento por la efectividad de los procesos mecánicos, queda en ocasiones en el olvido la posibilidad de lo humano. Son dos extremos, que se tocan y conviven en la balanza entre las tecnologías y la humanidad.

Wolton advierte que: “actualmente, cuando se habla del éxito de las nuevas tecnologías de comunicación, es necesario ser preciso y recordar que se trata de una mezcla de realidad y de fantasmas y que el entusiasmo inaudito que los rodea será necesariamente mucho más complicado dentro de unos diez años, cuando los usuarios hayan relativizado los flamantes discursos de hoy” (2000: 7).

Es importante que el discurso de las posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información y comunicación, no opaque las necesidades humanas. Si bien se han mostrado como un camino o una herramienta más que podría contribuir con el desarrollo, es necesario que se reconozca que no es suficiente con los altos flujos de información en los espacios virtuales para resolverlos. Esta posibilidad de acceso, no hace referencia ni a la calidad de los contenidos ni a la capacidad de hacer un uso útil de los mismos. Las políticas públicas que involucren mejoras educativas y un reconocimiento analítico de las dinámicas de la red serían de gran valor.

Con frecuencia, nuestras sociedades se sintonizan con esos recursos de información de manera tan mecánica e irreflexiva que no siempre los aquilatan y no siempre los aprovechan con la amplitud e intensidad que serían deseables. Mucha información, por lo demás no implica necesariamente mejores condiciones para vivir o apreciar la vida (Trejo, 2006: 15).

Este proceso introduce entonces un nuevo paradigma, que forma parte de la sociedad actual y que replantea algunos aspectos sobre la comprensión humana de su entorno: *“el paradigma de la tecnología de la información* basado en los avances de la microelectrónica y las tecnologías de las comunicaciones. Quizás valdría recordar aquello que escribiera Thomas Khun al referirse a las revoluciones científicas. Decía Kuhn: “Una revolución teórica sólo tiene lugar cuando frente al paradigma en crisis contamos con un paradigma teórico alternativo” (Bisbal, 2001: 6).

El paradigma al que se refiere Bisbal está rodeado de transformaciones. Las tecnologías son por sí solas tecnologías, pero como herramientas empleadas por el hombre, le ofrecen una cantidad de posibilidades y retos, no sólo en el ámbito de la socialización y la comunicación, sino también en otros aspectos de la vida humana como la economía, la política, la ciencia, la salud, la cultura y la educación.

Las tecnologías de la información y comunicación, con los avances constantes y los flujos de la red, reconfiguran la manera de ver y comprender el mundo, incluyendo entre los cambios las percepciones sobre el espacio y el tiempo. “De ahora en adelante, nos encontramos en un presente indefinido, del cual Internet, con la supresión del tiempo y el espacio, con la velocidad de circulación de los mensajes y la interacción constante, es, por así decirlo, el símbolo. En otras palabras, para mí Internet es la metáfora de una sociedad que rechaza el envejecimiento y el tiempo” (Wolton, 2000: 50).

El espacio y el tiempo

Las nociones de tiempo y espacio han evolucionado en este contexto en el que la economía global y la sociedad red establecen diversos esquemas de interacción, abriendo las puertas a nuevos paradigmas – como ya fue señalado en el capítulo anterior -. Estas variables han sido entendidas como elementos de

organización social, claves para el nacimiento de las comunidades y las ciudades, así como para darle cabida a modos de vida, costumbres y tradiciones.

Quienes han estudiado el tema de cómo han variado los parámetros del espacio y del tiempo en el presente, a partir de los cambios que se han dado en función de la economía y la tecnología, afectando directamente el modo de vida en sociedad; coinciden en que se trata de una época en la que es posible la presencia de varios espacios y tiempos. Sin embargo, cada uno tiene una visión particular de cómo se dan y cómo se pueden entender las nociones espacio-temporales. La variedad de propuestas sólo es muestra de la complejidad que conlleva definir dos términos creados por el hombre, que forman parte de su cotidianidad y son tangibles e intangibles a la vez.

Castells presenta la convivencia del espacio de los flujos (de las dinámicas de la red) y del tradicional (correspondiente a los lugares). Como ya fue señalado, el autor menciona a las ciudades globales en las que las jerarquías territoriales se han desdibujado y las redes de intercambios (los procesos) proponen la existencia de los espacios. En consecuencia, el espacio de los flujos es para él el que rompe con los patrones espaciales de conducta a partir de la interactividad, aunque no abarca toda el área de la experiencia humana en la sociedad red. “En efecto, la inmensa mayoría de la gente tanto en las sociedades avanzadas como en las tradicionales, vive en lugares y, por lo tanto, percibe su espacio en virtud de ellos” (Castells, 2000: 409, 457, 462).

El tiempo también se ha transformado, ahora se trata de un tiempo atemporal, que invita a la pérdida del cronológico y propone la existencia de la simultaneidad (la convivencia de varios tiempos) (Castells, 2000: 485). Como refiere Bisbal, al hacer referencia a las propuestas de Castells: “Al término de sus planteamientos no hay certezas, porque todo está en cambio, en movimiento, en transformación continua. Este mundo de hoy es así” (Bisbal, 2001:7).

Por su parte, Reinhart Koselleck, también reflexiona en torno al tema del tiempo y considera a la experiencia y a la expectativa como categorías temporales, que permiten entrecruzar el pasado y el futuro.

El pasado y el futuro no llegan a coincidir nunca, como tampoco se puede deducir totalmente una expectativa a partir de la experiencia. Una vez reunida, una experiencia es tan completa como pasados son sus motivos, mientras que la experiencia futura, la que se va a hacer, anticipada como expectativa se descompone en una infinidad de trayectos temporales diferentes (Koselleck, 1993: 339).

De esta forma el tiempo es para el hombre lo que ha vivido, que le da la experiencia y marca la aparición de expectativas. El futuro se presenta no como un mito, sino como algo que se construye en el camino y que se puede reconocer en función del pasado, mostrándose la posibilidad de mañana, de desarrollo, y de historia. Pareciera ser esta una noción lineal, pero cuando la experiencia habla de redes, de varios espacios, las expectativas cambian, y el orden del tiempo entreteje diversas posibilidades de relación entre el pasado y el futuro, experiencias y expectativas.

Así se encuentra otra visión, que habla de época de crisis, particularmente de la crisis moderna de la experiencia del tiempo. Jesús Martín Barbero considera que se han dado cambios en la estructura perceptiva de la temporalidad, en la que la inmediatez entra en el terreno de juego, y el olvido está próximo. Para el autor la sociedad está ante un presente sin fondo, sin piso, sin horizonte, una experiencia del tiempo radicalmente trastornada en la que los medios de comunicación social son máquinas de producir presente, un presente cada vez más delgado y más comprimido (2004).

De igual modo, Immanuel Wallerstein hace referencia al TiempoEspacio y considera que hay múltiples construcciones sociales de éste: el TiempoEspacio episódico, el eterno, el cíclico ideológico, el estructural y el transformativo, siendo éste el que se da en el presente, en un período de los más difíciles, social e intelectualmente: “Es necesario reconocer el TiempoEspacio en el que estamos viviendo, un TiempoEspacio transformativo. Debemos ser conscientes de que nuestra elección histórica radicaré entre visiones alternativas, quizás conflictivas, de la sociedad; y que la batalla será feroz, a menudo soterrada” (1997: 15).

Se trata de una época de cambios, de un momento en el que lo inmediato y el ahora, se traducen en un tiempo instantáneo, las expectativas del futuro están sujetas a esa transformación constante y las dinámicas de las redes facilitan la existencia de varios espacios y tiempos que conviven simultáneamente y proponen diversas formas de comprender el mundo. Es una realidad compleja en la que la información, los flujos y la red han facilitado las relaciones entre lo local y lo global, y han permitido que hoy se hable tanto de la globalización (término asociado en muchas ocasiones al ámbito económico, pero que abarca a la vida humana en general) como de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

En la concepción del tema de los lugares, presentada por Mato y citada por García Canclini, se reafirma la inmensidad de redes que se pueden establecer y las dimensiones que pueden alcanzar: “la globalización, más que un orden social o un único proceso, es resultado de múltiples movimientos, en parte contradictorios, con resultados abiertos, que implican diversas conexiones “local-global y local-local” (1999: 47).

La globalización

Comprender el concepto de globalización a partir de las relaciones, globales y locales que se dan en el presente, y en las que las tecnologías de la información y comunicación han jugado un rol protagónico, permitiendo la conexión de diversas partes del mundo, pero facilitando también la desconexión de quienes permanecen aislados por problemas de acceso o por convicción propia; ayuda a recrear la complejidad del panorama en el que se desarrolla la comunicación en el presente y el trabajo realizado desde los medios de comunicación social.

La globalización no es totalmente nueva, aunque está claro que hoy posee elementos y ritmos desconocidos (Levy, 2006). Levy considera que pareciera que ésta nos amalgamara con una comunidad global en cuanto a ideas, gustos, conceptos, procesos, sistemas e instituciones, pero por otro lado y paralelamente, nos individualizara, particularizara, diferenciara y separara de esa globalidad. La globalización: “está asociada a procesos de homogeneización, de diferenciación y

de hibridación que coinciden en forma conflictiva planteamientos particulares y proyectos universales, todo en un ambiente de desorden, en el sentido entrópico del término” (2006: 32).

En este terreno en el que la globalización no sólo homogeneiza y nos vuelve más próximos, sino que multiplica las diferencias y engendra nuevas desigualdades (García Canclini, 1999), la información aparece como punta de lanza y la comunicación adquiere diversas formas, al darse desde variados territorios a través de un mismo canal y separar a aquellos que no tienen acceso a éste⁵, surgiendo también fuertes críticas hacia quienes trabajan a diario con estas herramientas. Para García Canclini no se puede valorar la versión oficial de las finanzas y de los medios de comunicación globalizados que nos prometen estar en todas partes sin comprender al mismo tiempo la seducción y el pánico de llegar fácilmente a ciertos lugares y acercarnos a seres diferentes (1999: 50).

Kovach y Rosenstiel comentan bajo una óptica distinta la repercusión que tiene este cambio en los medios y en la economía a partir de la globalización para la sociedad: “Ahora que las grandes compañías, especialmente las de comunicación, se convierten en empresas sin fronteras, las ideas tradicionales de ciudadanía y comunidad quedan obsoletas, al menos desde un punto de vista comercial” (2004: 43).

Todo se relaciona, pero las visiones del mundo están vinculadas tanto con la escala global y local, en diferentes grados; dependiendo del entorno, la influencia de éste y las posibilidades de acceso a esta dinámica con las que se cuentan. En esta medida, las tecnologías de la información y comunicación, la ruptura de las barreras espacio-temporales y la globalización repercuten tanto en las organizaciones sociales como en la necesidad de manejar herramientas para no quedar fuera de estas realidades.

Por lo tanto, los vínculos entre variados espacios físicos, no sólo comerciales, sino también culturales, políticos e interpersonales son cada vez más

⁵ Las tecnologías facilitan diversos canales para la comunicación. La oferta para elegir el canal común en el que se puede dar un intercambio entre distintos territorios es variada. Sin embargo, el acceso no es universal.

frecuentes. Como refiere Giddens: “La mundialización puede definirse como la intensificación de las relaciones sociales en todo el mundo por las que se enlazan lugares lejanos, de tal manera que todos los acontecimientos locales están configurados por acontecimientos que ocurren a muchos kilómetros de distancia o viceversa” (en Castro, 2004).

Aunque son variadas y múltiples tanto las críticas positivas como negativas en relación al tema de la globalización, por tratarse de transformaciones: “Una nueva estructura social dominante, así como una nueva economía – informacional, global – y una nueva cultura – de la virtualidad real – surgen de la interacción de esos procesos y de las relaciones que desencadenaron” (Machado, 2003); es una realidad innegable. Luego, hay que observarla y analizarla de forma crítica sin alabarla o rechazarla rotundamente, puesto que es parte del día a día de la sociedad actual. En esta medida, se trata de integrar lo local con lo global, sin que lo local pierda su identidad y sus particularidades, pero que simultáneamente no permanezca aislado de lo global.

Las alarmas frente a estos cambios están encendidas en autores como Paul Virilio. En relación a las alertas que realiza como “mostrar lo que representa una verdadera evolución técnica y una falsa o efímera evolución”, que puede producir accidentes y efectos negativos como la pérdida en producción humana y de las aproximaciones humanas cotidianas (De los Reyes, 2001:128, 130), porque eso sí, no podemos permanecer dormidos frente a las transformaciones, David de los Reyes comenta: “Aquí notamos que el riesgo ha cambiado de escala, deja de ser local, no se encuentra en un lugar preciso y se traslada a una escala planetaria. Todos estamos implicados. Afectando a todo aquello que esté interconectado. Las redes pueden ser nuestras redes accidentales” (2001: 132).

La comunicación y la información entran, en consecuencia, en este terreno. Ese conjunto de redes y de relaciones propias de la globalización, facilitadas a través de las tecnologías de la información y comunicación, acarrearán con los intercambios de datos, que se asocian con los procesos y que permiten los vínculos entre hombres y comunidades. Así se hacen protagonistas y es, al mismo tiempo, posible hablar de diversas opciones de acceso a la información y variopintos

rostros que entran en contacto con productos periodísticos y no periodísticos por medio de diversos canales.

La Comunicación

Cuando los intercambios de información son lo cotidiano, y la oferta informativa es variable, múltiple y descontrolada, la comunicación aparece como un elemento que ayuda a darle un sentido a los datos, tanto a las personas como a la sociedad. Es un mecanismo que permite reconocer lo común y que puede contribuir con el conocimiento de las principales dudas, planteamientos y reflexiones, que emergen de la dinámica de las redes. La comunicación y los medios son importantes para darle un sentido a un océano de informaciones, lleno de mareas que las mueven de un lado a otro.

Ya Wolton comentaba hace ocho años:

No me interesa la tecnología, sino la comunicación. No las confundamos. Las tecnologías simplifican la transmisión, no la comprensión del otro. En cincuenta años, las tecnologías han permitido llevar a cabo tres progresos considerables: han abolido el tiempo de transmisión, han aumentado las capacidades de interactividad y han reducido la prueba del espacio. Pero, en la historia de la comunicación, si una tecnología resuelve un problema, siempre plantea uno nuevo (2000: 28).

Así se reafirma la importancia de la comunicación como elemento clave para la cohesión social y la relación del hombre con su entorno. En este caso, se podría tratar de diversos contextos, a través de la convivencia de lugares reales y virtuales, comunidades de intereses; pero al mismo tiempo distintos espacios que se relacionan y se encuentran inmersos dentro de la sociedad actual. La información es lo común, pero para lograr su procesamiento, el conocimiento y la comunicación hace falta un esfuerzo mayor, que puede quedar en ocasiones en el olvido por el deslumbramiento de la amplia y vasta oferta informativa, que facilitan las redes.

“Lo más difícil no es la información, sino la comunicación. Por supuesto, Internet sólo es un sistema automatizado de información; en todas direcciones, son hombres y colectividades que integran estos flujos de informaciones en su comunicación. La información es siempre un segmento, y sólo la comunicación, con sus prodigiosas ambigüedades, hace surgir de ella un sentido” (Wolton, 2000:

146). Este sentido es el que es importante promover. No es suficiente con altos flujos de información para comprender el mundo y sus necesidades, conocer las comunidades y sus requerimientos fundamentales, así como para alcanzar una mejora entre las relaciones humanas interpersonales, de grupos y sociedades, para impulsar el desarrollo y lograr la comunicación.

En esta búsqueda de la comunicación, no se puede dejar de lado el valor del lenguaje. A través de éste se da a conocer el mundo, se recrean los lugares y los procesos son evocados por cada palabra, que permite identificar las particularidades de los grupos, es decir, se pone de manifiesto la cultura. Para Virilio retomar el lenguaje significa hacer causa común, proporcionar la cercanía de lo distante y desconocido. Así “él se plantea la necesidad de un regreso al lenguaje y sus usos. Del lenguaje como creación humana cercana e inevitable de toda cultura. Del requerimiento del lenguaje como medio *real* y tradicional del cual nadie puede desprenderse y que ha servido para comprender nuestra actuación frente al mundo. Mejorar la condición humana es también mejorar nuestra relación con el lenguaje, de sus posibilidades reveladoras y reconciliadoras del diálogo, de la conversación tanto íntima como familiar, pública o laboral” (en De los Reyes, 2001: 138).

Así mismo, la relación entre la comunicación, la información, la globalización, las redes y las tecnologías de la información pone de manifiesto el valor de la reflexión dentro de una época de transformaciones en la que de una forma u otra casi todo se interrelaciona y el hombre y las comunidades no están al margen de estos procesos. Es un período paradójico. Como lo presenta Castells es “el momento de la innovación y la creatividad como fuentes de cambio tecnológico, enriquecimiento cultural y calidad de vida, es también el momento en el que muchas corporaciones coartan la innovación para disfrutar de rentas de monopolio y en el que la justicia persigue a los jóvenes que intentan poner música a sus vidas aunque no sean mercado para los explotadores de artistas” (2005: 34).

Pero la explotación no es algo nuevo. Por eso la alerta y la presencia de las dos realidades: el vuelo que surge de la imaginación y de las posibilidades que ofrecen las herramientas tecnológicas tanto para la comunicación como para la

creación y la innovación en diferentes áreas; pero la presencia simultánea de compañías que quieren cortar las alas y acabar con este vuelo, más por intereses personales, que por contar con una propuesta similar. Es importante también que estas empresas apuesten por la innovación y le den espacio a lo nuevo, al cambio, en vez de frenar procesos que son naturales frente a las posibilidades que existen para aquellos que cuentan con las herramientas y que se han atrevido a proponer algo diferente.

En todo esto, aunque una de las cosas más difíciles de lograr debe ser el norte, por tratarse de la comunicación, en ocasiones facilitada por las tecnologías, (si bien simultáneamente las trascienda); la información sigue siendo la protagonista. Ésta se encuentra inmersa en las redes, su intercambio entre usuarios y comunidades es el que expone, por ejemplo, la necesidad de la comunicación, así como la de poder procesar los datos que ofrece como conocimiento útil para el desarrollo de individuos y la sociedad. Por eso algunos teóricos han coincidido en llamar a la época presente, la Sociedad de la Información.

La Sociedad de la Información y el Conocimiento: un concepto en construcción

Todos los cambios tecnológicos ya señalados, que han repercutido directamente en la sociedad actual tanto en los procesos de socialización y en la comunicación como en la organización social; esbozan una transformación considerable del contexto mundial contemporáneo (en diferentes niveles por el tema del acceso, pero que afecta a la población mundial en su totalidad). Al igual que en el pasado los períodos históricos particulares, se han definido por un hecho o elemento que ha modificado en diferentes grados la organización del mundo, comenzando por su economía y continuando por sus costumbres y tradiciones.

Hace algunos años se hacía referencia a una sociedad industrial enmarcada dentro de la modernidad. La misma fue el resultado de la revolución industrial: la posibilidad de aumentar los niveles de producción y conservar los productos, entre otros, le abre las puertas a la economía de mercado. En este contexto, se da

espacio a una nueva sociedad: la humanidad va asumiendo los cambios y, al involucrarse con los mismos, modifica hábitos y comienza a formar parte del mundo industrial.

Cruz comenta que: “La sociedad del siglo XXI, en el que nos encontramos, representa un escenario intelectual, cultural y social radicalmente distinto, los avances tecnológicos nos sitúan en las puertas de una tercera revolución industrial donde dominar la información significa dominar el mundo” (2007). En este contexto hay que incluir diferencias considerables en el ámbito económico, que también han contribuido a recrear el escenario antes descrito. Se trata de esa economía global, de esa cultura interconectada y de la posibilidad constante de intercambiar, acceder y generar datos a través de una vasta red de comunicaciones en la que las fronteras espacio-temporales se diluyen en ese proceso de interconexión.

La referencia a la información como protagonista de la sociedad actual es un punto en común en la mayoría de los análisis que realizan los investigadores sobre el presente. “Decir que estamos inmersos en un mundo de información se ha convertido, a estas alturas en una frase premoderna o demasiado obvia. En realidad estamos envueltos, condicionados, incluso asfixiados, por una información exuberante y de monumentales, casi inimaginables dimensiones” (Trejo, 2006: 68).

La visión de Trejo responde a los niveles de información que se generan a diario, a unos flujos insospechados, que se sumergen en diversos formatos entre ellos el digital, facilitado por la capacidad de almacenamiento virtual y las posibilidades de intercambio. Así se recrea esa visión de una información exuberante capaz de asfixiar a los usuarios. Se genera y se consume información a diario, datos que se clasifican y se desechan hasta dar con algo parecido a lo que se necesita, *si es que se da con ello*.

Por lo tanto, hoy en día se produce una nueva revolución marcada por el nacimiento de la nanotecnología⁶. La misma, que en un primer momento no había

⁶ De acuerdo con la página web www.euroresidentes.com “La nanotecnología es el estudio, diseño, creación, síntesis, manipulación y aplicación de materiales, aparatos y sistemas funcionales a través

previsto la magnitud de su impacto en la sociedad, abre la puerta a la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Al igual que la revolución industrial, esta revolución tecnológica, no sólo afecta el campo de equipos técnicos, sino que se relaciona con un contexto mucho más amplio.

Ya en 1983 Anthony Smith consideraba las transformaciones que la computadora y la información traían a la sociedad. “En ciertos sentidos, la revolución de la información, en la época de la computadora, ofrece una reducción a la regimentación de una sociedad de masas o a la percepción del público como masa. Algunas libertades que fueron perdidas en la era de la industrialización y de la producción masiva pueden ser reconquistadas en la era siguiente” (1983: 45).

Se ha ganado un espacio para audiencias específicas, que ocupan un lugar de acuerdo con los intereses particulares; la posibilidad de interactuar con quienes generan la información y la reducción de los tiempos de comunicación. La instantaneidad y la inmediatez son vocablos asociados a los intercambios de datos en el presente, así como el alcance global de los mismos se relaciona con una visión espacial diferente. Los públicos son múltiples y variados, al igual que sus gustos. La oferta se amplía por medio de terrenos virtuales, antes no convencionales (comunidades virtuales, *blogs*, *chats*,...). En consecuencia, conviven la visión tradicional de la comunicación de masas con las audiencias exclusivas y las ofertas de los medios dirigidas a grupos específicos, que responden a un conjunto de intereses. En esta dinámica da para ambas, si consideramos a la comunicación de masas como una particularidad más.

Pero para otros esta individualización propone la constitución de una era no de la información, sino de la post-información. La posibilidad de que con frecuencia existan audiencias del tamaño de una persona y que la información se encuentre en extremo personalizada, son el punto de partida de esta afirmación realizada por Negroponte. “*The post-information age is about acquaintance over time: machines’ understanding individuals with the same degree of subtlety (or more than) we can*

del control de la materia a nano escala, y la explotación de fenómenos y propiedades de la materia a nano escala. Cuando se manipula la materia a la escala tan minúscula de átomos y moléculas, demuestra fenómenos y propiedades totalmente nuevas. Por lo tanto, científicos utilizan la nanotecnología para crear materiales, aparatos y sistemas novedosos y poco costosos con propiedades únicas”

expect from other human beings, including idiosyncrasies (like always wearing a blue-striped shirt) and totally random events, good and bad, in the unfolding narrative of our lives”⁷ (Negroponte, 1996: 164, 165).

Sin embargo, se sigue tratando de información, de datos sumergidos en una gran red, que pueden llegar a audiencias cada vez más específicas. Se puede decir que en este sentido, se trata de un cambio más, que propone una característica más del presente, que de un período diferente. Así el término Sociedad de la Información no pierde vigencia, porque no se trata tanto de lo masivo o lo individual, sino de la cantidad de la información que se genera.

El estudio *How much information?*⁸, realizado por Peter Lyman y Hal Varian de la Universidad de California en Berkley en 2003, incluye datos sobre la información creada en un año (en el caso de este trabajo, 2002). Esto reveló que entre 10 y 15 millones de gigabytes se producen a diario en el mundo en información. Esta cantidad sería similar a 6000 y 10000 películas de largometraje grabadas en alta calidad digital o a entre 256 y 385 millones de libros (Trejo, 2006: 68).

“Estas cifras son difíciles de aprehender y merecen que intentemos traducirlas con algunos ejemplos. Imaginemos una biblioteca de entre 3000 y 4500 volúmenes. La cantidad de información contenida en ellos, si se tradujera a formato digital, es similar a la que se produce, en todo el mundo, cada segundo.

Cada minuto se genera una información equivalente a entre 178000 y 267000 libros. Cada hora, ese volumen de datos semeja a entre 10 y 16 millones de volúmenes” (Trejo, 2006: 68).

Estos números reflejan como cada día más la información va adquiriendo un papel preponderante. Corresponde a datos generados tanto en el ámbito personal como en el público, a contenidos intercambiados o almacenados en una computadora, a cartas, a procesos y a aspectos técnicos, que reafirman casi la idea de que en el presente la sociedad se encuentra inundada de información. Pero no

⁷ “La era de la post-información es acerca del conocimiento que supera al tiempo: las máquinas comprendiendo a los individuos con el mismo grado de sutileza (o mayor) al que podemos esperar de otros seres humanos, incluyendo a las idiosincrasias (como siempre llevando una franela azul a rayas) y eventos, buenos y malos, completamente al azar en el desarrollo narrativo de nuestras vidas”. (Traducción propia)

⁸ El estudio *How much information 2003?* (¿Cuánta información?) usó un estimado anual de la producción mundial y de los Estados Unidos de los originales y copias de las formas más comunes de medios de información: papel, película, magnético y óptico. Se puede acceder a éste a través de Internet en la dirección: <http://www2.sims.berkeley.edu/research/projects/how-much-info-2003/>

se trata sólo de ésta, sino de las redes y los procesos que a partir de la misma se generan, que son protagonistas de los cambios que han afectado a la vida del hombre en el presente, en esta Sociedad de la Información.

De este modo, han sido muchos los investigadores que se han preocupado por definir y estudiar lo que actualmente se conoce como Sociedad de la Información y el Conocimiento. Sin embargo, por lo reciente del término, algunos coinciden en que no hay todavía una definición precisa del mismo. Se podría decir entonces, que existen muchas aproximaciones a la definición de dicha sociedad que ofrecen diferentes miradas válidas ante el tema.

Martín Becerra señala que la sociedad informacional que se sostiene en base a la apoyatura medular de las tecnologías de la info-comunicación, presenta el siguiente contraste: es ambigua en su definición, es huidiza en su conceptualización y alude a una diversidad de usos, procesos y productos, mientras que por otro lado, sus soportes tecnológicos ostentan cualidades inversas: eficacia, velocidad, previsibilidad, codificación (que supone la traducción de todo contenido al código binario 0-1), aislamiento del “ruido” (en tributo a la cibernética y la teoría matemática de la información) y control. Así Becerra apunta hacia una Sociedad de la Información, que es un proceso social inconcluso, en pleno desarrollo y, en consecuencia, con efectos en la realidad múltiples y no siempre equilibrados (2003: 11,30).

En este sentido, lo ideal sería realizar una sinergia entre los conceptos expuestos por algunos investigadores. La Sociedad de la Información y el Conocimiento puede ser entendida entonces como el conjunto de relaciones humanas que son producto de las nuevas tecnologías y del conocimiento generado por el intercambio de información, facilitado por las mismas. La humanidad se ve afectada por los avances tecnológicos y se sumerge en un proceso de convivencia con éstos, que modifica comportamientos y modos de vida.

Actualmente las nuevas tecnologías se traducen en cambios en el sistema de comunicaciones, cambios en los sistemas de producción, cambios en la economía, cambios en la organización social. Internet, por ejemplo, permite el canje

rápido de información sin importar las distancias. A través del mismo, los acuerdos comerciales se pueden dar más rápida y eficazmente. Sociedad de la Información y el Conocimiento es un concepto postmoderno, un concepto que engloba términos como: virtual, ciberespacio, autopista de la información, entre otros. Así mismo, es un término que trae nuevos retos y que dependiendo de la forma en que sea asumido por la humanidad podrá producir grandes beneficios o grandes daños.

Como dice Manuel Castells:

Es un período histórico caracterizado por una revolución tecnológica centrada en las tecnologías digitales de información y comunicación, concomitante, pero no causante, con la emergencia de una estructura social en red, en todos los ámbitos de la actividad humana, y con la interdependencia global de dicha actividad. Es un proceso de transformación multidimensional que es a la vez incluyente y excluyente en función de los valores e intereses dominantes en cada proceso, en cada país y en cada organización social (2005: 32).

Las ideas de Castells sobre este momento particular para la humanidad refieren la aparición de nuevos planteamientos en relación a: una nueva economía, la transformación del trabajo y el empleo, la cultura de la virtualidad real, el espacio de los flujos y el tiempo atemporal (en Bisbal, 2001). Además:

También nos adentra en la *Relación del yo con los cambios* que ha suscitado la tecnología de la información y el paradigma que de ella surge. El tema de la *Identidad* que emerge a partir del *nuevo poder* y los cambios que ésta sufre desde la relación/interacción con la red. *Fin de Milenio* es la parte final de esta trilogía teórica⁹ y de diagnóstico de la realidad presente. En suma, es el análisis de las transformaciones históricas acaecidas en las últimas décadas del siglo XX y en la que todos estamos siendo testigos y actores al mismo tiempo (Bisbal, 2001: 7).

De este modo, la Sociedad de la Información y el Conocimiento abre espacio a nuevas formas de desarrollo humano como consecuencia del intercambio de la información, que puede generar conocimiento (útil para realizar proyectos de mejoras sociales, económicas, políticas, culturales), facilitado por las nuevas tecnologías. Sin embargo, las redes se hacen cada vez más complejas y nacen simultáneamente nuevas amenazas como la del terrorismo digital, la incertidumbre y la “brecha digital”, así como se produce también un gran impacto en el terreno cultural.

⁹ La trilogía teórica a la que hace referencia Bisbal corresponde a los tres volúmenes de *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura*, publicada por Castells en el año 2000

Dentro de esta realidad en la cual se circunscriben las nuevas tecnologías, se han generado diversas distancias que dividen a la sociedad, siendo una de las amenazas antes señaladas. Las diferentes posibilidades de acceso y uso de las tecnologías de la información, tanto en realidades internas de cada país como en escenarios internacionales, corresponden a lo que se denomina “brecha digital”, que será abordada a mayor profundidad en el capítulo *Entre números, brechas y medios*. Así, este término abarca uno de los principales problemas que han surgido en la llamada Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Esta distancia ha acentuado por los momentos la herida, en vez de impulsar un nuevo orden mundial socioeconómico más igualitario, o al menos más justo y democrático (Pellegrino, 2003). “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) han quedado frustradas” (Pellegrino, 2003: 5).

Braumann considera que no deben quedar por fuera del acceso a la infraestructura y a la sociedad mundial de la información ninguna comunidad y ninguna economía en desarrollo, ya que se trata de una cuestión planetaria. Concluye, citando a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico: “Si no fuera posible evitar esa exclusión, la desigualdad de los niveles de desarrollo corre el riesgo de crecer. Es necesario considerar el concepto de infraestructura mundial de la información como un mecanismo que busca reforzar la cooperación mundial para el desarrollo de las infraestructuras y aplicaciones (OCDE; 1997^a)” (1999: 103).

En relación al impacto en el terreno cultural, Néstor García Canclini considera que los debates sobre la Sociedad de la Información o del Conocimiento se ven en la necesidad de reconocer las muchas formas de “diversidad cultural”: “Algunas como las que se deben a lenguas, religiones y modos de organización social, son antiguas. Otras están asociadas a la modernidad: diferencias entre clases sociales ligadas a la industrialización, entre países desarrollados y subdesarrollados, entre modos dispares de acceso a la información y el entretenimiento según edades y nivel escolar” (2006: 182).

Por su parte, Manuel Castells hace referencia a la entrada a un mundo multicultural e independiente que sólo puede comprenderse y cambiarse desde una perspectiva plural que articule identidad cultural, interconexión y política multidimensional (2000: 53).

Esta multiculturalidad es uno de los elementos claves dentro del contexto actual, ya que responde a las especificidades y a las particularidades tanto de los individuos como de los grupos que entran en interacción. En consecuencia, se requiere de una relación de respeto a las diferencias en torno a estas dinámicas interactivas y de intercambio. Bajo los diversos procesos de socialización se reafirman los valores y se posibilita la transmisión de ideas. Corresponde esta realidad a procesos de arraigo y desarraigo en los que las personas se constituyen simultáneamente en ciudadanos locales y globales.

Las diferencias e intercambios culturales no son un tema nuevo, pero se hacen más evidentes a través de la interacción que ofrecen las nuevas tecnologías. Es una convivencia real y virtual en la que cada cultura va mostrando y dejando lo mejor y lo peor de sí misma, al tiempo que se da a conocer a otras culturas, que implementarán o no algunas de estas costumbres así como transmitirán tradiciones propias. A partir de esto, se reafirma la importancia de una visión multidimensional que reconozca las diferencias y maneje una perspectiva plural, como lo expresa Castells.

La sociedad contemporánea afronta en consecuencia nuevos retos. Además de la interactividad, la multiculturalidad y el establecimiento de redes, la denominada Sociedad de la Información corresponde, por una parte, a aquella que se produce como resultado de la revolución tecnológica permitiendo el rápido intercambio de información, sin importar las fronteras espacio-temporales. Sin embargo, la anhelada Sociedad del Conocimiento, hace referencia a un camino más difícil por recorrer, que contempla el paso de esa información a conocimiento, es decir, su comprensión y asimilación de forma tal que se pueda generar un conocimiento de mayor profundidad de los hechos, fenómenos..., que podría facilitar el desarrollo de las ciencias, la realización de mejoras sociales, el avance

de la sociedad, en fin, la evolución. Es por ello que la Sociedad de la Información y el Conocimiento conjuga ambos conceptos, contemplando así los dos procesos.

La diversidad en la que se encuentran distribuidos los rasgos cognitivos y socioculturales, que pueden generar diferencias, desigualdades y desconexiones, son para García Canclini un aspecto que se debe considerar al momento de definir a la sociedad actual. “Por eso, es riesgosa la generalización del concepto de *sociedad del conocimiento* a la totalidad del planeta, incluyendo a centenares de etnias y naciones. Como otras designaciones de procesos contemporáneos – “sociedad de consumo”, “globalización” – requiere especificar con cuidado su ámbito de aplicabilidad para no homogeneizar a movimientos heterogéneos o grupos sociales excluidos de las modalidades hegemónicas del conocimiento”. Para el autor, las teorías, la investigación política y el diseño de políticas en este campo deben tomar en consideración esta realidad que contempla la problemática de la diversidad cultural y las desigualdades repartidas entre países ricos y pobres, capas educativas y edades (2006: 181, 182).

De acuerdo con estas ideas, se reafirma el planteamiento de que el término Sociedad del Conocimiento corresponde a algo más complejo. La de la información se sitúa en el terreno de las tecnologías y de los intercambios, producción y consumo de información antes señalados. El caso del conocimiento, aunque el autor hace referencia a aspectos vinculados con la “brecha digital”, involucra actividades educativas y de políticas públicas que permitan potenciar las capacidades de los individuos para participar en estas dinámicas y transformar la información en un producto más elaborado.

Por lo tanto, inmersos en esta realidad se presentan por lo general dos tendencias extremas, o al menos son las que se hacen más evidentes: una de rechazo y temor ante la ola tecnológica y otra de adhesión que apunta a sus virtudes. “En los albores de la era de la información se percibe en el mundo un extraordinario sentimiento de desazón con el actual proceso de cambio fundado en la tecnología, que amenaza con provocar una reacción generalizada en su contra. A no ser que respondamos constructivamente a este sentimiento, su radicalización podría acabar por destruir las promesas de esta nueva economía y sociedad que

están emergiendo a partir de la invención tecnológica y la creatividad cultural” (Castells, 2003: 346).

Pero esta radicalización no contribuye en nada. Reconocer ambas realidades sin caer en ninguno de los extremos es más beneficioso para la construcción y el desarrollo de la sociedad. Sin duda alguna, los altos flujos de información que pueden llegar a ser asfixiantes, los cambios constantes expuestos por una oferta tecnológica que se actualiza a diario y las distancias que van surgiendo, pueden generar un sentimiento de rechazo frente a esta realidad. Sin embargo, nos encontramos inmersos en ella y al mismo tiempo que surgen incertidumbres y temores, estas tecnologías ofrecen también posibilidades para el desarrollo, a través de su uso; mejoras en la comunicación, los intercambios económicos y culturales, así como la capacidad de generar conocimiento. Son dos caras de una misma moneda, que conviven en un entorno dinámico, lleno de complejidades.

Como ya fue señalado, la información cobra un valor incalculable en el presente. Sin embargo, no se debe dejar de lado la importancia de los contenidos. En medio de esta amplia oferta de datos, muchos corresponden a la llamada basura (*spam*) así como a situaciones reales e imaginarias, a protocolos, que no traen necesariamente informaciones procesadas, es decir a una gran red de oferta, intercambio y consumo de la cual muchos son parte. “En una democracia vital, lo que importa no es la cantidad, sino la *calidad* de la información”, referirá Roszak (2005: 196).

¿Cuáles son los criterios de calidad? Pertinencia, coherencia y percepción íntima. ¿Cómo hemos de aplicar estos criterios? Expresando la información como problemas. Los problemas, a su vez, estarán bien formulados cuando ayuden a concentrar la atención, plantear interrogantes, facilitar las críticas y, finalmente, cuando nos permitan elegir empleando el sentido que de forma inteligente habremos distinguido entre todas las opciones que se nos ofrecen (Roszak, 2005: 196).

La idea corresponde entonces a dar un paso más al frente y no quedar únicamente satisfechos con una vasta oferta informativa que fluye en las redes de comunicación. Se trata al menos de procurar las herramientas a todos los usuarios para reconocer la calidad de estos contenidos y de procesarlos, para generar

comunicación y conocimiento; así como también de contribuir con la comprensión de un mundo cada vez más complejo y de lo que ocurre desde esta interacción propia de las redes. En este punto, pueden jugar un papel de valor para la sociedad los medios de comunicación social.

Lo que debemos observar ahora es la primera etapa del traslado a nuestra cultura de la información basada en la computadora, un traslado que ocurre más públicamente en la industria periodística que en ninguna otra zona de la sociedad. Allí está cambiando la base industrial en un medio que ya había estado cambiando su base económica y financiera. Están cambiando las relaciones entre todos los oficios, las profesiones y los cuadros administrativos, dentro de lo que constituye la industria básica de la información para la sociedad occidental (Smith, 1983: 49).

Lo que se ha llamado Sociedad de la Información y el Conocimiento, que sigue en construcción y se vive en el presente, involucra directamente a los medios de comunicación social. Ya en los ochenta Smith, le daba un valor fundamental a los cambios que repercutían directamente sobre la “industria periodística”. Hoy siendo la información uno de los valores más preciados tanto de la sociedad como de los medios, el vínculo es inevitable. En este sentido, resulta pertinente el planteamiento de su papel y un análisis crítico sobre el rol social que cumplen en la actualidad, que involucre las transformaciones y los retos que surgen a partir de las tecnologías de la información y comunicación.

Por tratarse de una época de transformaciones, de una sociedad que vive los cambios y que aún no ha terminado de definirse; teóricos, políticos, académicos, empresarios y grupos sociales se han reunido para darle un rostro más definido a esta Sociedad de la Información. Mientras tanto, redes, intercambios e informaciones forman parte del día a día de un conjunto de individuos, al tiempo que la pobreza, la contaminación, las violaciones a los derechos humanos y el calentamiento global - entre otros problemas sociales contemporáneos - coexisten con esta realidad tecnológica cambiante, prometedora y amenazante, que se ilustra como solución y problema simultáneamente.

En consecuencia, esa Sociedad de la Información en construcción que abarca un conjunto de redes interconectadas en múltiples direcciones, replanteando las nociones espacio-temporales (ahora se está frente a varios

espacios y tiempos que coexisten); afecta directamente las relaciones humanas y las formas de vida, al tiempo que aproxima y separa a individuos, comunidades y regiones a través del acceso, el conocimiento y las posibilidades de comunicación a quienes viven en el mundo actual. En un contexto globalizado en el que las relaciones de lo local-local y lo local-global coexisten, las dinámicas de información y comunicación incluyen un nuevo paradigma: el de las tecnologías de la información y comunicación.

El problema de los grandes flujos de información, que en muchas ocasiones proporcionan una vasta oferta descontrolada; plantea la importancia de la educación y las políticas públicas para dar un paso más y lograr un proceso de reflexión que permita una elección y un análisis capaz de transformar esos datos en conocimiento útil. Otros aspectos que reafirman su valor son el lenguaje y la multiculturalidad, inmersa en este entorno de conexiones. Así entre una vasta oferta de datos, la dinámica de las redes, la interactividad y las brechas; la comunicación y el conocimiento se convierten en un norte, en ocasiones difícil de alcanzar, y para el cual los medios pueden colocar su grano de arena.

Capítulo III
La Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información



Wassily Kandinsky - White Oval 1919

La comunicación es un proceso social fundamental, una necesidad humana básica y el fundamento de toda organización social. Constituye el eje central de la Sociedad de la Información.

Declaración de Principios
Ginebra 2003
Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información

Reunidos en Ginebra en 2003 y en Túnez en 2005 representantes de la sociedad civil, los gobiernos, organizaciones internacionales y el sector privado discutieron por varios días temas asociados con la sociedad actual y las tecnologías de la información y la comunicación en la llamada Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. En este capítulo se presentan los resultados de esta conferencia, que se ven reflejados en cuatro documentos: la Declaración de Principios, el Plan de Acción, el Compromiso de Túnez y la Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información.

La comunicación social y los medios ocuparon un lugar importante en las propuestas. En este sentido, se presentan en un segundo momento los aspectos vinculados con los medios de comunicación social incluidos en los documentos. El acceso a la información, la libertad de prensa y de expresión y los medios como actores para el desarrollo son algunos de ellos.

Pero los resultados de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 – Túnez 2005) no fueron recibidos con beneplácito por todos los participantes. La sociedad civil realizó un documento adicional expresando algunas de sus críticas, propuestas y visiones. Esta perspectiva, que plantea un enfoque más humano, también se incluye en este aparte.

Por último, de los temas de la comunicación y los medios presentes en los documentos se extraen los señalamientos que hacen referencia o bien al rol social de los medios de comunicación o a los retos que se le plantean a éstos en la sociedad actual. Contenidos de calidad, fomento de la información útil para el desarrollo y reducción de los desequilibrios internacionales a nivel de infraestructura, recursos técnicos y desarrollo de capacidades son algunas de las referencias que terminan resaltando la importancia de los medios de comunicación social como actores para la constitución de la Sociedad de la Información, que podrían contribuir con la reducción de la brecha digital.

La existencia de la brecha digital, así como la entrada a un mundo apoyado por las nuevas tecnologías, en el cual aún se hallan problemas sociales, ha abierto paso a la discusión mundial para establecer cuáles podrían ser algunos objetivos y alcances de la sociedad actual, y cómo las nuevas tecnologías podrían servir como herramientas para lograr mayores niveles de desarrollo para la humanidad. Igualmente, existen conceptos en formación, y por lo tanto, los mismos siguen siendo debatidos por los investigadores y conocedores de la materia.

En este sentido, congregados en Ginebra del 10 al 12 de diciembre de 2003 y en Túnez del 16 al 18 de noviembre de 2005 representantes de los gobiernos (175 países en 2003 y 174 en 2005), organizaciones internacionales, el sector privado y la sociedad civil iniciaron el debate sobre estos temas y acordaron algunos proyectos en la llamada Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Su realización en dos fases había sido aprobada el 21 de diciembre de 2001 en la Asamblea General de las Naciones Unidas mediante la Resolución 56/183, que ya había sido propuesta en Minnéapolis en 1998 en la Conferencia de Plenipotenciarios de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (para dar respuesta a lo que denominaron “la revolución digital”, que “ha forjado nuevas nuevas modalidades de crear conocimientos, educar a la población y transmitir información”; y a la “brecha digital” para colmarla y “poner los Objetivos de Desarrollo del Milenio¹⁰ en la ruta de las TIC¹¹ para conseguirlos rápidamente” (Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información).

La primera fase (Ginebra 2003) tenía como objetivo “redactar y propiciar una clara declaración de voluntad política, y tomar medidas concretas para preparar los fundamentos de la Sociedad de la Información para todos, que tenga en cuenta los distintos intereses en juego” (Cumbre Mundial sobre la Sociedad de

¹⁰ Los Objetivos de Desarrollo del Milenio fueron acordados en Naciones Unidas a través de la Declaración del Milenio por las naciones del mundo e instituciones de desarrollo a nivel mundial en un plan para ser logrado para el año 2015. Los ocho objetivos propuestos son: erradicar la pobreza extrema y el hambre, lograr la enseñanza primaria universal, promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer, reducir la mortalidad infantil, mejorar la salud materna, combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades; garantizar la sostenibilidad del medio ambiente y fomentar una asociación mundial para el desarrollo. (Organización de Naciones Unidas)

¹¹ Tecnologías de la información y comunicación

la Información). Por su parte, la segunda fase (Túnez 2005) estaría a cargo de “poner en marcha el Plan de Acción de Ginebra y hallar soluciones y alcanzar acuerdos en los campos de gobierno de Internet, mecanismos de financiación y el seguimiento y la aplicación de los documentos de Ginebra y Túnez” (Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información).

Este encuentro trajo como resultado, en su primera fase en Ginebra 2003, la elaboración de una Declaración de Principios y de un Plan de Acción que contempla once líneas de trabajo para que cada país se encamine hacia el desarrollo en la sociedad de la información. Igualmente derivó en el Compromiso de Túnez y la Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información en la segunda fase en Túnez 2005.

Aunque no todos los asistentes quedaron satisfechos cabalmente con los resultados de la Cumbre, la comunicación fue reconocida como uno de los temas centrales. “Nunca antes en la discusión de tema alguno habían coincidido, a partir de la misma convocatoria, representantes de gobiernos, empresas y organizaciones sociales. Cada cual con sus propios intereses, esa concurrencia vasta y variada era una suerte de crisol del mundo congregado para deliberar, reconociéndole por primera vez en la historia esa importancia, los temas de la información y la comunicación” (Trejo, 2006: 25).

En este espacio los medios de comunicación social fueron considerados como un punto clave que puede contribuir con la entrada a la Sociedad de la Información. En todos los documentos se hace mención a los medios y a su trascendencia en el ejercicio de la libertad de expresión. De este modo, “más allá de los documentos pero junto con ellos, quizás el resultado más importante de la reunión fue el reconocimiento de los medios y la información como uno de los más destacados problemas de la agenda global” (Trejo, 2006: 27), en el caso de la primera fase de la Cumbre.

Hasta ahora los medios y la información han sido, fundamentalmente, negocio o asunto nacional. Ahora se les entiende como uno de los grandes temas para el cual no bastan las soluciones aisladas que pueden ofrecer gobiernos o empresas. Hay incluso, y sus expresiones fueron de las más insistentes y creativas en la Cumbre, quienes asumen los medios y la información como una causa. Esa convicción representó el espíritu de Ginebra (Trejo, 2006: 27).

En este sentido, los medios de comunicación social, la información y los periodistas, se encuentran inmersos en medio de las redes de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, reafirmandose, replanteándose y redimensionándose en consecuencia su rol social.

La Sociedad de la Información y la comunicación

La *Declaración de Principios*, el *Plan de Acción*, el *Compromiso de Túnez* y la *Agenda de Túnez* para la Sociedad de la Información fueron los cuatro documentos que resultaron de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 – Túnez 2005). En estos se reflejan los temas discutidos durante las dos fases y algunas de las propuestas que lograron tener una aprobación conjunta por parte de los diversos representantes asistentes, que buscan dar, de alguna manera, respuesta a los objetivos del encuentro antes planteados. Los medios de comunicación social no quedaron por fuera en ninguno de ellos.

Declaración de Principios: Construir la Sociedad de la Información: un desafío global para el nuevo milenio

El primer documento, que surgió de la fase de la Cumbre realizada en Ginebra: la *Declaración de Principios*, alberga una visión general sobre la Sociedad de la Información, un listado de principios fundamentales y un aparte denominado *Hacia una Sociedad de la Información para todos, basada en el intercambio de conocimientos*. Entre los aspectos correspondientes a la visión común se encuentran: una Sociedad de la Información centrada en la persona, que tenga a la comunicación como eje central y promueva los derechos humanos, el principio de igualdad, los derechos deberes y libertades de las comunidades; y a la educación, el conocimiento, la información y la comunicación como esenciales para el desarrollo.

También se incluye dentro de la visión propuesta en el documento el respaldo a la *Declaración del Milenio* y se resalta conjuntamente la importancia de la ciencia, el uso de las tecnologías de la información y comunicación como un medio y no como un fin para el desarrollo. En este sentido, se hacen señalamientos particulares a situaciones como la de la brecha digital, que se deben enfrentar y a generar oportunidades para las mujeres, grupos marginados y vulnerables y países en desarrollo, distinguiendo la necesidad de cooperación entre los gobiernos y las partes interesadas.

En relación a los principios fundamentales para lograr “una Sociedad de la Información para todos” se mencionan 11 aspectos:

- 1) La función de los gobiernos y de todas las partes interesadas en la promoción de las TIC para el desarrollo,
- 2) Infraestructura de la información y las comunicaciones: fundamento básico de una Sociedad de la Información integradora,
- 3) Acceso a la información y al conocimiento,
- 4) Creación de capacidad,
- 5) Fomento de la confianza y seguridad en la utilización de las TIC,
- 6) Entorno propicio,
- 7) Aplicaciones de las TIC: beneficios en todos los aspectos de la vida,
- 8) Diversidad e identidad culturales, diversidad lingüística y contenido local,
- 9) Medios de comunicación,
- 10) Dimensiones éticas de la Sociedad de la Información y
- 11) Cooperación internacional y regional (*Declaración de Principios, 2004*).

La última parte del documento, *Hacia una Sociedad de la Información para todos* concluye con la convicción “de que estamos entrando colectivamente en una nueva era que ofrece enormes posibilidades, la era de la Sociedad de la Información y de una mayor comunicación humana. En esta sociedad incipiente es

posible generar, intercambiar, compartir y comunicar información y conocimiento entre todas las redes del mundo” (Declaración de Principios, 2004).

Aspectos vinculados con la comunicación y los medios se resaltan en este documento (*ver Tabla 1*). En este sentido, se enfatiza el valor del derecho a la libertad de opinión y expresión, así como se reconoce a la comunicación como una necesidad humana básica, fundamental para la organización social y eje central de la Sociedad de la Información. De este modo se promueve el acceso a la infraestructura y a los servicios de las tecnologías de la información y la comunicación, la posibilidad de acceder y contribuir a la información, las ideas y el conocimiento, eliminar los obstáculos y facilitar el acceso a la información; por jugar un papel la comunicación y la información en el bienestar de los seres humanos y en el desarrollo.

Con respecto al rol de los medios de comunicación, es señalado como uno de los principios fundamentales para la construcción de una Sociedad de la Información integradora. Así se les describe como esenciales para la Sociedad de la Información y se vuelve hacer alusión a la libertad de prensa y de información, incluyendo en este aparte el respaldo a la independencia, el pluralismo y la diversidad de los medios.

Además se hace mención a la posibilidad que ofrecen los medios de comunicación para buscar, recibir, difundir y utilizar la información para la creación, recopilación y divulgación del conocimiento, por lo que se promueve el uso ético de la información por parte de los medios y se defienden los diversos regímenes de propiedad de los mismos, al igual que se señala la necesidad de reducir los desequilibrios internacionales que los afecten, tales como la infraestructura, los recursos técnicos y el desarrollo de capacidades humanas. En consecuencia, se resalta la significación de la comunicación y de los medios de comunicación social para esta Sociedad de la Información.

Tabla 1
Aspectos vinculados con la comunicación en la Declaración de Principios

De la declaración	Aspectos vinculados con la Comunicación
<p>A) Nuestra visión común de la Sociedad de la Información</p> <p>4. - <i>“Reafirmamos, como fundamento esencial de la Sociedad de la Información, y según se estipula en el Artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, que todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión, (...)”</i> - <i>“(...) La comunicación es un proceso social fundamental, una necesidad humana básica y el fundamento de toda organización social. Constituye el eje central de la Sociedad de la Información (...)”</i></p> <p>8. - <i>“Reconocemos que la educación, el conocimiento, la información y la comunicación son esenciales para el progreso, la iniciativa y el bienestar de los seres humanos (...)”</i> - <i>“(...) las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) tienen inmensas repercusiones en prácticamente todos los aspectos de nuestras vidas (...)”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Derecho a la libertad de opinión y expresión - Comunicación como una necesidad humana básica y fundamento de la organización social - Comunicación como eje central de la Sociedad de la Información - Permite a las personas participar en la Sociedad de la Información - Comunicación e información para el bienestar de los seres humanos y para el desarrollo - Repercusiones de las tecnologías en la vida humana, “capacidad para reducir muchos obstáculos tradicionales, especialmente el tiempo y la distancia”
<p>B) Una Sociedad de la Información para todos: principios fundamentales</p> <p>19. - <i>“Estamos decididos a proseguir nuestra búsqueda para garantizar que las oportunidades que ofrecen las TIC redunden en beneficio de todos (...)”</i> - <i>“Estamos de acuerdo en que, para responder a tales desafíos, todas las partes interesadas deberían (...) reconocer el papel de los medios de comunicación (...)”</i> - <i>“(...) Acordamos que éstos son los principios fundamentales de la construcción de una Sociedad de la Información integradora.”</i> Infraestructura de la información y las comunicaciones: fundamento básico de una Sociedad de la Información integradora</p> <p>21. - <i>“(...) El acceso universal, ubicuo, equitativo y asequible a la infraestructura y los servicios de las TIC constituye uno de los retos de la Sociedad de la Información y debe ser un objetivo de todas las partes interesadas que participan en su creación (...)”</i></p> <p>22. - <i>“Una infraestructura (...) puede acelerar el progreso económico y social de los países, así como el bienestar de todas las personas, comunidades y pueblos (...)”</i></p> <p>Acceso a la información y al conocimiento</p> <p>24. - <i>“La capacidad universal de acceder y contribuir a la información, las ideas y el conocimiento es un elemento indispensable en una Sociedad de la Información integradora.”</i></p> <p>25. - <i>“Es posible promover el intercambio y el fortalecimiento de los conocimientos mundiales en favor del desarrollo si se eliminan los obstáculos que impiden un acceso equitativo a la información (...), y si se facilita el acceso a la información que está en el dominio público (...)”</i></p> <p>25. - <i>“(...) La información del dominio público debe ser fácilmente accesible en apoyo de la Sociedad de la Información, y debe estar protegida de toda apropiación indebida (...)”</i></p> <p>Medios de comunicación</p> <p>55. - <i>“Reafirmamos nuestra adhesión a los principios de libertad de la prensa y libertad de la información, así como la independencia, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación, que son esenciales para la Sociedad de la Información.”</i> - <i>“(...) También es importante la libertad de buscar, recibir, difundir y utilizar la información para la creación, recopilación y divulgación del conocimiento (...)”</i> - <i>“(...) Abogamos por que los medios de comunicación utilicen y traten la información de manera responsable, de acuerdo con los principios éticos y profesionales más rigurosos (...)”</i> - <i>“(...) Los medios de comunicación tradicionales, en todas sus formas, tienen un importante papel que desempeñar en la Sociedad de la Información (...)”</i> - <i>“(...) Debe fomentarse la diversidad de regímenes de propiedad de los medios de comunicación (...)”</i> - <i>“Reafirmamos la necesidad de reducir los desequilibrios internacionales que afectan a los medios de comunicación (...)”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Papel de los medios de comunicación como uno de los principios fundamentales de la construcción de una Sociedad de la Información Integradora - Acceso a la infraestructura y los servicios de las tecnologías de la información y comunicación, que puede contribuir con el desarrollo de los países y el bienestar de las personas, comunidades y pueblos - Posibilidad de acceder y contribuir a la información, las ideas y el conocimiento - Eliminar los obstáculos y facilitar el acceso a la información - Información de dominio público accesible - Medios de comunicación esenciales para la Sociedad de la Información - Adhesión a la libertad de prensa y de información, independencia, pluralismo y diversidad de los medios - Libertad de buscar, recibir, difundir y utilizar la información para la creación, recopilación y divulgación del conocimiento - Uso ético de la información por parte de los medios - Papel importante de los medios en la Sociedad de la Información - Diversos regímenes de propiedad de los medios de comunicación - Reducir los desequilibrios internacionales que afectan a los medios (infraestructura, recursos técnicos y desarrollo de capacidades humanas)

Además de la Declaración de Principios en la primera fase de la Cumbre, realizada en Ginebra, se creó un plan, que implanta 11 líneas de acción, denominado *Plan de Acción*. En su introducción, se presenta a la Sociedad de la Información como “un concepto en plena evolución, que ha alcanzado en el mundo diferentes niveles, como reflejo de diferentes etapas de desarrollo. Los cambios tecnológicos y de otro tipo están transformando rápidamente el entorno en que se desarrolla la Sociedad de la Información. El *Plan de Acción* constituye, pues, una plataforma dinámica para promover la Sociedad de la Información en los planos nacional, regional e internacional” (Plan de Acción, 2004).

Este documento contiene también una lista de objetivos y metas entre las que resaltan: construir una Sociedad de la Información integradora, poner el potencial del conocimiento y las tecnologías de la información y comunicación al servicio del desarrollo, alcanzar los objetivos del *Plan de Acción* antes de 2015 y que el acceso a las tecnologías esté al alcance de más de la mitad de los habitantes del planeta, entre otros. Asimismo, se establece la Agenda de Solidaridad Digital para contribuir con la reducción de la brecha digital por medio de prioridades y estrategias como la movilización de recursos y la transferencia tecnológica.

Por último, el *Plan de Acción* presenta la propuesta de elaborar un plan de evaluación de resultados y establecimiento de referencias, que permita hacer el seguimiento a la aplicación de los objetivos y metas planteados. El documento concluye con el aparte denominado “Hacia la segunda fase de la CMSI”¹² (Túnez), que hace mención a algunos aspectos que debían ser tratados en la segunda parte de la Cumbre como la elaboración de documentos finales basados en los resultados de la primera fase y el seguimiento y aplicación del Plan de Acción de Ginebra.

Las líneas de acción que incluyó la Cumbre en la primera fase fueron: 1. La función de los gobiernos y de todas las partes interesadas en la promoción de las tecnologías de la información y el conocimiento (TIC) para el desarrollo, 2.

¹² CMSI: Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información

Infraestructura de la información y comunicación: fundamento básico de la sociedad de la información, 3. Acceso a la información y al conocimiento, 4. Creación de capacidades, 5. Crear confianza y seguridad en la utilización de las TIC, 6. Entorno habilitador, 7. Aplicaciones de las TIC: ventajas en todos los aspectos de la vida, -Cibergobierno, Comercio electrónico, Ciberaprendizaje, Ciberseguridad, Ciberempleo, Cibereducación, Ciberagricultura, Ciberinvestigación-, 8. Diversidad e identidad culturales, diversidad lingüística y contenido local, 9. Medios de comunicación, 10. Dimensiones éticas de la sociedad de la información, y 11. Cooperación internacional y regional.

En este sentido, son varios los contenidos del Plan de Acción, que hacen una referencia directa a la comunicación y a los medios (*ver Tabla 2*). Entre los objetivos y metas se incluye “asegurar que todos los habitantes del mundo tengan acceso a servicios de televisión y radio. En las líneas de acción dos, tres y ocho también se hace mención a los medios de comunicación y se hace referencia a: la promoción del uso de los medios de comunicación tradicionales, la importancia del acceso a la información y al conocimiento, la necesidad de crear políticas para el desarrollo y promoción de la información en el dominio público, la promoción para la elaboración de legislaciones de acceso a la información, el acceso gratuito a Internet a través de centros comunitarios, una perspectiva de género en los medios de comunicación y la significación del vínculo de los medios de comunicación con las comunidades locales, así como su utilidad para llegar a grupos rurales, aislados y nómadas.

El noveno lineamiento del Plan de Acción refirma la importancia de los medios en el ejercicio de la libertad de expresión y la responsabilidad social que los mismos tienen. Establece que hay que “alentar a los medios de comunicación tradicionales a reducir la brecha del conocimiento y facilitar la circulación de contenido cultural, en particular en las zonas rurales”. Igualmente los presenta de nuevo como actores en la Sociedad de la Información, por lo que se hace referencia a la promoción de legislaciones para la independencia y pluralidad de los medios, asociaciones entre profesionales de los medios de diferentes partes del mundo, reducción de los desequilibrios internacionales de infraestructura, recursos técnicos y desarrollo de capacidades, así como la lucha contra contenidos ilícitos

en los medios y la búsqueda de una imagen equilibrada de hombres y mujeres en los mismos.

Tabla 2
Aspectos vinculados con la comunicación en el Plan de Acción

Del Plan de Acción	Aspectos vinculados con la Comunicación
<p>B) Objetivos y metas 6. - "h) asegurar que todos los habitantes del mundo tengan acceso a servicios de televisión y radio;"</p>	<p>- Acceso a la televisión y la radio</p>
<p>C) Líneas de acción C2. Infraestructura de la información y la comunicación: fundamento básico para la Sociedad de la información 9. - "l) Alentar y promover el uso conjunto de los medios de comunicación tradicionales y las nuevas tecnologías." C3. Acceso a la información y al conocimiento 10. - "Las TIC permiten a la población tener acceso a la información y al conocimiento (...) Todas las personas, organizaciones y comunidades deberían tener acceso al conocimiento y la información." - "a) Definir directrices políticas para el desarrollo y promoción de la información en el dominio público (...)" - "b) Se alienta a los gobiernos a proporcionar acceso adecuado a la información oficial pública mediante diversos recursos de comunicación, especialmente por Internet. Se alienta también a la elaboración de una legislación relativa al acceso a la información y la preservación de los datos públicos, especialmente en el campo de las nuevas tecnologías" - "d) Los gobiernos y otras partes interesadas deben establecer centros comunitarios polivalentes de acceso público y sostenibles, que proporcionen a sus ciudadanos un acceso asequible o gratuito a diversos servicios de comunicación, y especialmente a Internet" C8. Diversidad e identidades culturales, diversidad lingüística y contenido local 23. - "h) Reforzar los programas centrados en planes de estudios con un componente de género importante, en la educación escolar y extraescolar para todos, y mejorar la comunicación y formación de las mujeres en los medios de comunicación (...)" - "j) Apoyar los medios de comunicación basados en las comunidades locales y respaldar los proyectos que combinen el uso de medios de comunicación tradicionales y de nuevas tecnologías para facilitar el uso de idiomas locales, para documentar y preservar el patrimonio local, lo que incluye el paisaje y la diversidad biológica, y como medio de llegar a las comunidades rurales, aisladas y nómadas" C9. Medios de comunicación 24. - "(...) tienen también un cometido indispensable como actores en el desarrollo de la Sociedad de la Información, y se reconoce su importante contribución a la libertad de expresión y la pluralidad de la información" - "a) Alentar a los medios de comunicación (...) a que sigan desempeñando un papel importante en la Sociedad de la Información" - "b) Fomentar la formulación de legislaciones nacionales que garanticen la independencia y pluralidad de los medios de comunicación" - "c) Tomar medidas apropiadas (...) para combatir los contenidos ilícitos y perjudiciales en los medios de comunicación" - "d) Alentar a los profesionales de los medios de comunicación de los países desarrollados a crear asociaciones y redes con los medios de comunicación de los países en desarrollo, especialmente en el campo de la capacitación" - "e) Promover una imagen equilibrada y variada de la mujer y el hombre en los medios de comunicación" - "f) Reducir los desequilibrios internacionales que afectan a los medios de comunicación, en particular en lo que respecta a la infraestructura, los recursos técnicos y el desarrollo de las capacidades humanas, aprovechando todas las ventajas que ofrecen las TIC al respecto" - "g) Alentar a los medios de comunicación tradicionales a reducir la brecha del conocimiento y facilitar el flujo de contenido cultural, en particular en las zonas rurales"</p>	<p>- Promover el uso de los medios de comunicación tradicionales</p> <p>- Acceso a la información y al conocimiento a través de las TIC, un deber ser</p> <p>- Políticas para el desarrollo y promoción de la información en el dominio público</p> <p>- Acceso a la información oficial pública</p> <p>- Promueve la elaboración de legislaciones de acceso a la información</p> <p>- Acceso gratuito a Internet a través de centros comunitarios</p> <p>- Mejorar la comunicación de las mujeres en los medios de comunicación – perspectiva de género</p> <p>- Vínculo de los medios de comunicación con las comunidades locales y medio para llegar a las rurales, aisladas y nómadas</p> <p>- Actores en la Sociedad de la Información</p> <p>- Medios contribuyen con la libertad de expresión y la pluralidad de la información</p> <p>- Mantener papel importante de los medios en la Sociedad de la Información</p> <p>- Legislaciones para la independencia y pluralidad de los medios</p> <p>- Contra contenidos ilícitos en los medios</p> <p>- Asociaciones entre profesionales de los medios, capacitación</p> <p>- Imagen equilibrada de hombres y mujeres en los medios</p> <p>- Reducir desequilibrios internacionales de infraestructura, recursos técnicos y desarrollo de capacidades</p> <p>- Medios como herramienta para reducir la brecha del conocimiento y facilitar el flujo de contenido cultural</p>

Compromiso de Túnez

Durante la segunda fase de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información se apoyó la Declaración de Principios y el Plan de Acción de Ginebra a través de lo que se llamó el Compromiso de Túnez. En este documento se resaltan nuevamente los derechos humanos y el derecho al desarrollo, así como se reafirman los compromisos de Ginebra relacionados con la lucha contra la brecha digital y se señala que “la Cumbre de Túnez constituye (...) una oportunidad excepcional de crear mayor conciencia acerca de las ventajas que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden aportar a la humanidad y de la manera en que pueden transformar las actividades y la vida de las personas, así como su interacción, despertando así una mayor confianza en el futuro” (Compromiso de Túnez, 2006).

Igualmente entre los aspectos abordados en este Compromiso se encuentran: la posibilidad de favorecer una educación de calidad a través de las tecnologías de la información y comunicación, la necesidad de desarrollar capacidades humanas para su manejo, seguir los progresos hacia el cierre de la brecha digital, promover leyes y reglamentos así como el acceso universal a las TIC, prestar atención a la necesidad de grupos vulnerables y de los habitantes de los países en desarrollo, fortalecer la cooperación nacional, regional e internacional; usar las tecnologías para reconocer situaciones de conflicto, trabajar para implementar la Agenda de Solidaridad Digital y dar continuidad a los proyectos después de la Cumbre.

Los párrafos cuatro, nueve y diez del documento tratan temas vinculados con la comunicación y los medios (ver *Tabla 3*). En ellos se reafirma la idea presentada tanto en la Declaración de Principios como en el Plan de Acción, que establece que la libertad de expresión y la libre circulación de la información son esenciales para la Sociedad de la Información. Se mencionan también (al igual que en los documentos elaborados en Ginebra en 2003): la necesidad de aumentar el acceso a la información, al conocimiento y a las tecnologías de la información y comunicación, al igual que el valor del acceso a la información y del intercambio y

la creación de conocimientos para el desarrollo, el reconocer el cometido de los medios de comunicación y la necesidad de eliminar la barreras que impiden el acceso universal a la información para combatir la brecha digital.

Tabla 3
Aspectos vinculados con la comunicación en el Compromiso de Túnez

Del Compromiso de Túnez	Aspectos vinculados con la Comunicación
<p>4. - “Reafirmamos los párrafos 4, 5 y 55¹³ de la Declaración de Principios de Ginebra. Reconocemos que la libertad de expresión y la libre circulación de la información, las ideas y los conocimientos son esenciales para la Sociedad de la Información y benéficos para el desarrollo”</p> <p>9. - “Reafirmamos la decisión de proseguir nuestra búsqueda para garantizar que todos se beneficien de las oportunidades que puedan brindar las TIC, recordando que los gobiernos y también el sector privado, la sociedad civil, las Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales deben colaborar para acrecentar el acceso a la infraestructura y las tecnologías de la información y la comunicación, así como a la información y al conocimiento, crear capacidades, incrementar la confianza y la seguridad en cuanto a la utilización de las TIC, crear un entorno habilitador a todos los niveles, desarrollar y ampliar las aplicaciones TIC, promover y respetar la diversidad cultural, reconocer el cometido de los medios de comunicación, abordar las dimensiones éticas de la Sociedad de la Información y alentar la cooperación internacional y regional”</p> <p>10. - “Reconocemos que el acceso a la información y el intercambio y la creación de conocimientos contribuyen de manera significativa al fortalecimiento del desarrollo económico, social y cultural, lo que ayuda a todos los países a alcanzar las metas y los objetivos de desarrollo acordados internacionalmente, especialmente los de la Declaración del Milenio. Este proceso se puede mejorar eliminando las barreras que impiden el acceso universal, ubicuo, equitativo y asequible a la información. Subrayamos la importancia de eliminar estas barreras con el fin de colmar la brecha digital (...)”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Libertad de expresión y libre circulación de la información esenciales para la Sociedad de la Información - Aumentar el acceso a la información y al conocimiento y a las tecnologías de la información y comunicación - Reconocer el cometido de los medios de comunicación - Valor del acceso a la información y el intercambio y la creación de conocimientos para el desarrollo - Necesidad de eliminar las barreras que impiden el acceso universal a la información, para combatir la brecha digital

Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información

Los temas del financiamiento para dar respuesta a los retos de la Sociedad de la Información como colmar la brecha digital y del gobierno de Internet, que habían quedado pendientes en la discusión de Ginebra, fueron abordados en la segunda fase y quedaron plasmados en la Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información. En este documento se estableció el propósito principal tanto del papel como de la Agenda citando las palabras de Kofi Annan, que en ese momento era el Secretario General de la Organización de Naciones Unidas: “ha llegado el momento de pasar de los principios a la acción” (2006).

¹³ Los párrafos 4, 5 y 55 de la Declaración de Principios de Ginebra tratan sobre el derecho a la libertad de opinión y expresión, el Artículo 29 de la Declaración Universal de Derechos Humanos y los medios de comunicación social respectivamente.

La Agenda de Túnez se divide entonces en tres partes. Las dos primeras corresponden a los “mecanismos de financiación para hacer frente a los retos de las TIC para el desarrollo” y a la “gobernanza de Internet”. La última está dedicada a la implementación y seguimiento de las decisiones tomadas en Ginebra y Túnez.

En relación al financiamiento se menciona como propuesta la creación de un Fondo de Solidaridad Digital, el fomento a la transferencia de tecnología y la promoción de las tecnologías de la información y comunicación para el desarrollo. De los aspectos vinculados con la comunicación y los medios se apunta como uno de los retos de la Sociedad de la Información que los contenidos de información útiles tengan mayor alcance y sean accesibles en los países en desarrollo. Así mismo se plantea incluir a las tecnologías de la información y comunicación en las estrategias de desarrollo (*Ver Tabla 4*).

Con respecto al gobierno de Internet, se señala que éste debería constituir un elemento esencial de la Sociedad de la Información. Aunque no se presenta un nuevo ente regulador para este fin, se establece como un recurso mundial que debería estar disponible para el público, por lo que se considera necesario crear confianza en los usuarios y seguridad en el uso de las tecnologías de la información y comunicación. En este aparte se ratifica nuevamente el derecho de acceso a la información (*Ver Tabla 4*).

En el último segmento del documento, dedicado a la implementación y seguimiento de las decisiones, se le otorga la responsabilidad a los gobiernos y otras partes de identificar las esferas que necesitan más atención. En este sentido, se hace referencia a aspectos como: mejorar la conectividad, usar las tecnologías de la información y comunicación como herramientas para lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio, impulsar la cooperación reforzada e ininterrumpida y establecer un mecanismo de implementación y seguimiento a escala nacional, regional e internacional.

La comunicación y los medios se encuentran igualmente incluidos (*ver Tabla 4*). Fomentar el acceso a la información, la cultura y el conocimiento para el desarrollo, reducir el desequilibrio internacional que afecta a los medios, crear

políticas eficaces para la gestión de información en los sectores público y privado y asegurar el uso racional, eficaz y económico del espectro radioeléctrico así como un acceso equitativo al mismo, forman parte de las ideas mencionadas. Del mismo modo, se hace referencia a la promoción de contenidos electrónicos de calidad, el desarrollo de legislaciones que apoyen la independencia, el pluralismo y la diversidad de los medios, y el uso ético y responsable de la información por parte de los medios. En este sentido, se promueve la imagen de unos medios de comunicación que trabajen a favor de las personas, sirvan como instrumentos educativos y de aprendizaje, y permitan fomentar el acceso a la información, la cultura y el conocimiento.

Tabla 4

Aspectos vinculados con la comunicación en la Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información

De la Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información	Aspectos vinculados con la Comunicación
<p>Mecanismos de financiación para hacer frente a los retos de las TIC para el desarrollo</p> <p>12. - <i>“Coincidimos en que la financiación de las TIC para el desarrollo debe situarse en el contexto de la importancia creciente de la función de las TIC, no sólo como medio de comunicación sino también como factor habilitador de desarrollo y como instrumento para conseguir las metas y los objetivos de desarrollo acordados internacionalmente (...)”</i></p> <p>15. - <i>“Tomamos nota de los numerosos retos que supone aumentar el alcance de los contenidos de información útiles y accesibles en los países en desarrollo, en particular, la necesidad de reconsiderar atentamente la cuestión de la financiación de diversas formas de contenidos y aplicaciones, ya que a menudo este ámbito se ha dejado de lado a causa de la atención consagrada a la infraestructura TIC”</i></p> <p>20. - <i>“(...) concedan a las TIC la prioridad que merecen en sus estrategias de desarrollo nacionales, incluidas las TIC tradicionales tales como la difusión de radio y televisión”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Las tecnologías de la información y comunicación como medio de comunicación - Mayor alcance de los contenidos de información útiles y accesibles en los países en desarrollo, un reto - Incluir a las tecnologías de la información y comunicación en las estrategias de desarrollo (incluidas la radio y la televisión)
<p>Gobernanza de Internet</p> <p>46. - <i>“(...) Instamos a todas las partes interesadas, en particular a los gobiernos, a que reafirmen el derecho de acceso a la información por los particulares (...)”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reafirmar el derecho de acceso a la información
<p>Implementación y seguimiento</p> <p>90. - <i>“(...) dar a todos un acceso equitativo a la información y los conocimientos, en reconocimiento de la función de las TIC para el crecimiento y el desarrollo económicos (...)”</i> - <i>“j) el desarrollo y la implementación de aplicaciones de cibergobierno (...), para fomentar de ese modo el acceso a la información y los servicios del gobierno (...)”</i> - <i>“m) el fomento de la creación de contenidos electrónicos de calidad, en los ámbitos nacional, regional e internacional;”</i> - <i>“n) la promoción del uso de medios de comunicación tradicionales y nuevos a fin de fomentar el acceso universal a la información, la cultura y el conocimiento en favor de todas las personas, sobre todo tratándose de las poblaciones vulnerables y de países en desarrollo, mediante la utilización, entre otras cosas, de la radio y la televisión como instrumentos educativos y de aprendizaje;”</i> - <i>“o) la reafirmación de la independencia, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación y la libertad de información incluyendo, si ha lugar, el desarrollo de legislación nacional. Reiteramos nuestro llamamiento para una utilización y tratamiento responsables de la información por los medios de comunicación de conformidad con las normas éticas y profesionales más elevadas. Reafirmamos la necesidad de reducir el desequilibrio internacional que afecta a los medios de comunicación, particularmente en lo referente a la infraestructura, recursos técnicos y desarrollo de capacidad humana (...)”</i></p> <p>93. - <i>“(...) Fomentamos la aplicación de políticas eficaces de gestión de la información en los sectores público y privado, incluido el uso de soluciones innovadoras y métodos de archivos digitales basados en normas para superar la obsolescencia tecnológica, como un medio para garantizar la preservación a largo plazo de la información y el acceso continuo a la misma”</i></p> <p>96. - <i>“(...)reiteramos que la UIT y otras organizaciones regionales deberían adoptar medidas para asegurar la utilización racional, eficaz y económica del espectro de frecuencias radioeléctricas, así como el acceso equitativo al mismo por parte de todos los países, sobre la base de los acuerdos internacionales pertinentes”</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso equitativo a la información y los conocimientos para el desarrollo - Fomentar el acceso a la información - Contenidos electrónicos de calidad - Medios de comunicación para fomentar el acceso a la información, la cultura y el conocimiento - Medios de comunicación como instrumentos educativos y de aprendizaje - A favor de las personas - Independencia, pluralismo y diversidad de los medios, libertad de información - Desarrollo de legislaciones (si es necesario) - Uso responsable de la información por parte de los medios – con ética - Reducir el desequilibrio internacional que afecta a los medios (infraestructura, recursos técnicos y desarrollo de capacidad humana) - Políticas eficaces para la gestión de información en los sectores público y privado - UIT y organizaciones regionales: asegurar el uso racional, eficaz y económico del espectro radioeléctrico y su acceso equitativo

Aunque la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 – Túnez 2005) trajo como resultado la elaboración de los cuatro documentos (Declaración de Principios, Plan de Acción, Compromiso de Túnez y Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información), las críticas no faltaron por ser considerados insuficientes para resolver concretamente algunos de los desafíos planteados por la dinámica de las tecnologías de la información y la comunicación como el de la brecha digital. La sociedad civil fue la que se mostró más insatisfecha y presentó a través de una declaración denominada “Construir sociedades de la información que atiendan necesidades humanas” (Declaración de la sociedad civil en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información), su visión y posición particular sobre el tema.

La excesiva fe depositada en las tecnologías para colmar la brecha digital fue uno de los ejes de las críticas realizadas por la sociedad civil luego de la realización de ambas fases de la Cumbre, ya que “combatir todas las formas de discriminación, exclusión y aislamiento que padecen los diferentes grupos y comunidades marginados y vulnerables, exige algo más que el simple despliegue de tecnologías (... que además está) orientado al mercado y basado únicamente en la búsqueda de rédito económico”¹⁴. (Pellegrino, 2004: 32) En este sentido, para este grupo, la información y el conocimiento son necesidades humanas prioritarias para la Sociedad de la Información “en función del desarrollo humano, la participación democrática y el fomento de la diversidad e intercambio cultural”. (Burch, 2003: 12)

Pero lo tecnológico y lo social, lo humano, no son entes aislados. Por el contrario, los cambios en cada una de las infraestructuras, en estas herramientas para la información y comunicación, tienen una repercusión directa en las relaciones sociales y en su manera de interactuar con el mundo. “¿Es el tema de esa cumbre meramente tecnológico? El Secretariado de la ONU quiso confiársela a la muy técnica Unión Internacional de Telecomunicaciones, en un intento por

¹⁴ Cita tomada por Pellegrino de la Declaración de la sociedad civil de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información: “Construir sociedades de la información que atiendan necesidades humanas”

despolitizar temas otrora objeto de candentes diatribas, pero sin calcular en materia de “relación humana” – interpersonal o mediatizada poco importa – es ilusorio querer aislar asépticamente el anverso tecnológico de su reverso social” (Pasquali, 2005: 10).

Para Pellegrino en el balance que realiza sobre la conferencia, la llamada brecha digital es la punta de un “iceberg”, “voluminoso en desigualdades profundas y violentas, generoso en futuribles más equitativos, de los cuales, por los momentos, se desea uno donde la Sociedad de la Información sea pluricultural, menos cosificada, menos mercantilizada y más pródiga en ayudas financieras y de transferencia tecnológica, en especial para regiones como el continente africano” (2004: 34).

Así entran dentro de la balanza el hombre y una de sus creaciones: la tecnología. Esta última ha existido desde la prehistoria, desde el momento en que se comenzaron a utilizar herramientas para solucionar necesidades humanas, evolucionando hasta la amplia oferta que existe en el presente, una oferta en la que las tecnologías de la información y comunicación se introducen como claves. Su importancia debe ser evaluada en su justa medida, ya que a pesar de su gran valor, es el hombre el que sigue siendo protagonista de su propia historia (acompañado por estos elementos). De este modo, como herramientas se piensan para brindar soluciones, aunque plantean al mismo tiempo nuevos retos a través de realidades como la brecha digital.

Sally Burch al realizar un recuento de los documentos y el planteamiento de la “Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información” para poner en práctica las propuestas y supervisar su continuidad señala: “En el tercer tema de esta segunda fase de la Cumbre, los mecanismos de implementación y seguimiento, las decisiones son poco claras” (2005). Aún así, aunque no es suficiente con las ideas, reconocer la dinámica del presente y las realidades que expone es ya un avance.

Con respecto al contenido de los medios de comunicación social, el descontento viene por la “escasa referencia a los medios de comunicación comunitarios” (Pellegrino, 2004: 33). La propuesta de la sociedad civil considera

necesario incluir un fondo para los medios de comunicación comunitarios. A pesar de estas acotaciones, en los cuatro documentos se incluyen aspectos vinculados tanto con los medios como con la comunicación social.

Burch comenta al respecto que “las referencias al rol específico de los medios de comunicación y la libertad de expresión en la sociedad de la información son destacadas. Existe también una mención de la diversidad y pluralidad de los medios. Sin embargo, faltan mecanismos para desarrollar la diversidad mediática, incluyendo los medios comunitarios, populares y de la sociedad civil y los telecentros” (2005).

Aún con esta carencia criticada por la sociedad civil, es importante el espacio que se le reconoce a la comunicación y a los medios dentro de la Cumbre. Aunque es evidente que es necesario un abordaje a mayor profundidad tanto sobre las formas en que cobra relevancia la comunicación para la Sociedad de la Información como la manera en que los medios de comunicación cumplen un rol particular y pueden alcanzar o no los objetivos que en los documentos se proponen, el hecho de reconocer a ambos como elementos claves que forman parte de la sociedad del presente, es un avance y abre las puertas para el debate sobre este tema en otros ámbitos.

Por lo tanto, Burch al hacer un balance de la Cumbre (dos años después de la segunda fase) también refiere que “siendo la primera conferencia mundial específicamente en el área de la comunicación, para muchos actores del movimiento por la democratización de la comunicación fue un espacio ineludible de intervención, aun si el enfoque tecnologista con el cual fue organizado distaba mucho de la visión de derechos planteada desde este movimiento” (2007).

En medio de las críticas, la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI) plantea como uno de los aciertos de este encuentro dedicado a la Sociedad de la Información, el reconocimiento por parte de algunos participantes de la necesidad de incluir los aspectos sociales, que fueron defendidos por la sociedad civil. “El principal logro de la reunión fue la aceptación por parte del coordinador oficial de la redacción de los documentos de la necesidad de incorporar criterios y contenidos

sociales, en un documento que se reconoció excesivamente técnico, y que la sociedad civil califica de "tecnocrático y centrado en el mercado" (2003).

De este modo, se colocan en la balanza una visión técnica y una visión social. La decisión está en qué lugar y con qué peso colocar al hombre y a las tecnologías dentro de la báscula. ¿En lados opuestos? ¿Por qué? Sería seguir impulsando el mito de la lucha entre las personas y las tecnologías. Si éstas últimas son herramientas creadas por y para el hombre, por qué no ubicarlas dándose la mano en vez de distanciándose. Una mirada no excluye a la otra y resulta necesaria su interacción.

No obstante, quedan muchos análisis pendientes tanto sobre la comunicación como sobre los aspectos técnicos y sociales, así como su interacción: "La Cumbre de la Sociedad de la Información ha concluido, pero el debate sigue abierto" (Busso, 2005). Aún quedan pendientes la discusión sobre las críticas en relación a las soluciones que la conferencia debía plantear: "El Secretario General de Naciones Unidas Kofi Annan dijo que había pasado el tiempo de los diagnósticos y llegaba la hora de las acciones. Son sin embargo pobres las acciones que puedan surgir de la Cumbre. El documento final es interesante como Declaración pero aporta pocas soluciones concretas" (Busso, 2005).

Sobre el papel de los medios de comunicación

A pesar de las críticas, varios principios y valores de la llamada Sociedad de la Información quedaron plasmados en los cuatro documentos de la Cumbre. Entre ellos, un grupo está vinculado con el área de la información y la comunicación. Se presentaron algunas constantes, pero también hubo algunos aspectos que fueron abordados de manera aislada en algunos de ellos como la descripción de la comunicación como una necesidad humana básica en la *Declaración de Principios*, la promoción del uso de una perspectiva de género en el *Plan de Acción* y el impulso de contenidos electrónicos de calidad en la *Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información* (Ver Tabla 5).

Tabla 5
Convergencias y particularidades sobre aspectos vinculados con la comunicación en los cuatro documentos de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información

Convergencias entre los documentos	Particularidades en los documentos
<ul style="list-style-type: none"> - En los cuatro documentos se hace referencia a la libertad de información, incluyéndose en la <i>Declaración de Principios</i>, el <i>Plan de Acción</i> y la <i>Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información</i> el derecho a la libertad de expresión. - Se promueve la información plural y la diversidad de los medios - El acceso a la información es una de las principales metas presente en los documentos. Se presenta como una necesidad que se debe fomentar para generar conocimientos para el desarrollo. - Reducir los desequilibrios internacionales que afectan a los medios (infraestructura, recursos técnicos y desarrollo de capacidades humanas) es una constante - En los cuatro documentos se presenta a los medios como actores claves para la Sociedad de la Información - Tanto en la <i>Declaración de Principios</i> como en la <i>Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información</i> se promueve el uso ético de la información por parte de los medios - En la <i>Declaración de Principios</i>, el <i>Plan de Acción</i> y la <i>Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información</i> se presenta a los medios como una herramienta para fomentar el acceso a la información, la cultura y el conocimiento - Tanto en el <i>Plan de Acción</i> como en la <i>Agenda de Túnez</i> se menciona el desarrollo de legislaciones para la independencia y pluralidad de los medios 	<p>Declaración de Principios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se presenta a la comunicación como una necesidad humana básica, fundamento de la organización, que es eje central de la Sociedad de la información y que puede permitir a las personas participar de la misma, el bienestar de los seres humanos y el desarrollo - Se considera que las tecnologías tienen repercusiones en la vida humana - Se promueven diversos regímenes de propiedad de los medios de comunicación <p>Plan de Acción</p> <ul style="list-style-type: none"> - Al referirse al acceso a la información, se incluye la oficial pública y se promueve la elaboración de legislaciones de acceso a la información, así como se rechazan los contenidos ilícitos en los medios - Se presenta a los medios como una herramienta para reducir la brecha digital - Se promueve el uso de una perspectiva de género a través de los medios, con una imagen equilibrada de hombres y mujeres - Se promueve el uso de los medios de comunicación tradicionales y el acceso a la televisión y la radio - Se menciona el vínculo de los medios de comunicación con las comunidades locales y medio para llegar a las rurales, aisladas y nómadas - Se promueve el acceso gratuito a Internet y asociaciones entre profesionales de los medios para la capacitación. <p>Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se presenta a las tecnologías de la información y comunicación como medio de comunicación y se promueve su inclusión en las estrategias de desarrollo - Se considera un reto lograr un alcance mayor de los contenidos de información útiles en los países en desarrollo - Se promueven los contenidos electrónicos de calidad y se presenta a los medios de comunicación como instrumentos educativos y de aprendizaje, a favor de las personas - La UIT y organizaciones regionales aparecen como responsables de asegurar el uso racional, eficaz y económico del espectro radioeléctrico y su acceso equitativo

Aunque no fue mencionado directamente el término “rol social” de los medios de comunicación, algunos aspectos remiten directamente a propuestas sobre el papel y la importancia de los medios en la actualidad. En la conferencia se recreó su imagen a partir de principios como la libertad de prensa y de expresión, así como del acceso a la información y de los medios como actores para el desarrollo, aunque, como ya fue reflejado, la sociedad civil no vio plasmadas sus preocupaciones relacionadas con los medios comunitarios.

De este modo, se ven expresadas ideas asociadas con los roles de “vigilancia del entorno, correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno y transmisión del legado social” de Lasswell (1985: 68) entre los principios abordados en los cuatro documentos. Igual ocurre con la

“imposición de normas sociales” señaladas por Lazarsfeld y Merton (1977: 4) Los medios como actores para el desarrollo, como elemento clave para la organización social y como instrumentos educativos y de aprendizaje forman también parte de las propuestas incluidas, que se relacionan con el papel de los medios de comunicación social.

Las atribuciones que se le otorgan a los medios como contribuyentes con la libertad de prensa, de información, de expresión, así como su independencia, pluralismo y diversidad tienen que ver con los medios como transmisores y garantes de principios y valores acordados por un grupo social. En consecuencia, este rol que se les otorga dentro de la Sociedad de la Información, se encuentra también ligado tanto al que corresponde a la vigilancia del entorno como al que está asociado con la imposición de normas sociales, explicados por los funcionalistas. Se trata, por una parte, de velar por el cumplimiento de estos principios y por otra, de reconocerlos dentro del conjunto de valores de la sociedad.

Además el rol social de los medios incluye en los documentos a la comunicación para el desarrollo, con ésta como elemento clave para la organización social. Por lo tanto, se señala como un hecho importante la posibilidad de que las tecnologías de la información y la comunicación, incluidas la radio y la televisión, faciliten la relación con comunidades locales y contribuyan a llegar a aquellas que se encuentran aisladas, son nómadas o rurales. Así se expresa también lo que Lasswell definió como la “correlación de los componentes de la sociedad en cuanto a dar una respuesta al entorno”.

Sobre la posibilidad de contribuir con el desarrollo se agrega que la comunicación y la información pueden brindar aportes para el bienestar de los seres humanos y para el desarrollo de personas, comunidades y pueblos. Se menciona en los documentos que la comunicación tiene una repercusión directa en la vida humana y que puede favorecer la creación de conocimientos para el desarrollo.

Otro aspecto tratado en la Cumbre, es el del papel de los medios de comunicación como instrumentos educativos y de aprendizaje, que podría brindar

aportes para la reducción de la brecha del conocimiento y facilitar el flujo de contenido cultural. En este caso no se trata de la transmisión de costumbres, valores y tradiciones, sino de la posibilidad de brindar información capaz de transformarse en conocimiento útil para la sociedad, además de estar vinculado con el posible beneficio de las personas. En consecuencia, esta labor educativa tiene relación con la “transmisión del legado social” (Lasswell, 1985: 68), que da respuesta a la formación de las nuevas generaciones.

Así mismo, se refiere que los medios permiten fomentar el acceso a la información, las ideas, la cultura y el conocimiento, que pueden contribuir con el desarrollo. En este sentido, se reafirma la importancia de su labor para la sociedad y se señala en repetidas ocasiones que los medios de comunicación son actores importantes en la Sociedad de la Información, que permiten su construcción y contribuyen con la participación de las personas en ésta.

En los puntos de los documentos, que hacen referencia tanto a la comunicación como a los medios, también se incluyen algunos planteamientos que se presentan como retos dentro de la Sociedad de la Información. Uno de los temas más recurrentes es el que tiene que ver con el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación y la reducción de la brecha digital. Ésta última es una preocupación constante para la cual se involucra a los estados en la creación de políticas públicas, que promuevan el acceso a la información e impulsen del mismo modo el acceso a las tecnologías y la capacitación de las personas para su manejo.

De esta manera, se incorporan entre los retos para la Sociedad de la Información el eliminar las barreras y facilitar el acceso universal a la información (incluyendo la oficial pública) para contribuir con la lucha por colmar la brecha digital. Se promueven así ideas como la elaboración de legislaciones de acceso a la información, el acceso gratuito a Internet a través de centros comunitarios, la creación de políticas eficaces para la gestión de información en los sectores público y privado y la necesidad de aumentar el acceso a la información y a las nuevas tecnologías.

Sobre el trabajo que se realiza a través de los medios de comunicación social, se comenta también la importancia de promover el uso responsable y ético de la información por parte de los medios, incluir una perspectiva de género en los mismos y darle un mayor alcance a los contenidos de información útiles y accesibles en los países en desarrollo. Se busca impulsar la posibilidad de acceder a la información. Pero esto no es suficiente, se requiere de la capacitación y la educación (que pueden estar reflejadas en las políticas públicas) para lograr que ésta pueda ser clasificada por las personas y ser de utilidad tanto para los individuos como para los países, aspectos reflejados en el aparte denominado “Creación de capacidades” del Plan de Acción de Ginebra.

Otro señalamiento importante corresponde al “fomento de la creación de contenidos electrónicos de calidad, en los ámbitos nacional, regional e internacional”. (Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información, 2006) Lograr esta calidad en la información supone un reto importante, puesto que la oferta de informaciones es variada, múltiple y descontrolada, al igual que en muchas ocasiones se desconocen los rostros de sus creadores. Además de promover la producción de contenidos de calidad en la web, es importante la posibilidad que tengan sus usuarios de diferenciar entre la oferta informativa aquellos datos que son de interés y que aportan calidad y profundidad, como aquellos que ocupan otras categorías además de la del entretenimiento. Entre ellos se encuentran el correo basura (*spam*) y páginas destinadas tanto al terrorismo como a la pornografía.

Por último, entre los retos que se mencionan en los documentos de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información que involucran a la comunicación social, se encuentra el de reducir los desequilibrios internacionales, que afectan a los medios. Se especifican el de la infraestructura, los recursos técnicos y el desarrollo de capacidades, además de proponerse las asociaciones profesionales de los medios de diversos países (en diferentes hemisferios) para lograr la capacitación.

Se trató entonces de una conferencia que no dejó de lado los temas de la información y la comunicación, aunque el trasfondo de los documentos resulta más

idealista que crítico. Es decir, se consideran todas las transformaciones en función del desarrollo, pero aunque se presenta a la brecha digital como uno de los principales retos a resolver a partir del problema del acceso, quedaron por fuera aspectos más específicos en relación tanto a los retos como al mecanismo de implementación y seguimiento de las acciones propuestas.

La brecha digital es una preocupación constante y es una de las motivaciones para la Cumbre. A pesar del interés, de los principios y las acciones que están destinadas a colmarla; el asunto del financiamiento a través de un fondo particular, quedó al libre albedrío de los contribuyentes. De esta forma, no se puede prever exactamente cuánto se destinará para intentar disminuir las distancias entre personas y países a causa de las tecnologías de la información y comunicación, que serán tratadas a mayor profundidad en el próximo capítulo.

El enfoque de este problema en los documentos le da peso al acceso y a la capacitación. La brecha digital no es una situación aislada y es producto también de otras carencias. Las políticas públicas y su implementación, la lucha contra la pobreza, entre las metas del milenio (que se mencionan en los documentos), deben ir en paralelo, porque las condiciones y realidades de las comunidades y los individuos responden a diversos factores que se relacionan. ¿Cómo se impulsa a las personas para que deseen capacitarse y acceder a las tecnologías cuando tienen que resolver en paralelo situaciones inmediatas como la lucha contra el hambre, el VIH/Sida y la pobreza? ¿Qué se hace una vez que se tienen las tecnologías y se ha buscado el personal para la capacitación? Falta ver cómo cada país implementa las acciones propuestas en los documentos e involucra a su población en un proceso educativo de integración y desarrollo a través de las tecnologías de la información y la comunicación.

Mientras tanto, el debate se mantiene. El hecho de haber realizado esta Cumbre en dos fases ofrece un punto de partida para las discusiones y la elaboración de proyectos y propuestas vinculadas con el tema. En este sentido, los medios de comunicación social pueden efectivamente contribuir como actores para el desarrollo e impulsar a las comunidades a participar en la llamada Sociedad de la Información.

En este contexto, al referirse a los medios de comunicación social, la libertad de expresión y el acceso a la información son aspectos recurrentes en los documentos elaborados en la Cumbre. Lo mismo ocurre con la posibilidad que ofrecen a las comunidades para el bienestar, el desarrollo y un contacto con el mundo que contribuya con la reducción de la brecha digital. De este modo, se les presenta como un elemento de cohesión social, que permite otorgar una visión particular del mundo. Sin embargo, es necesario ese enfoque que presenta al hombre como protagonista de los procesos de comunicación en la actualidad, un individuo inmerso en una vasta red en múltiples posibles procesos de interacción. Esta perspectiva apenas se observa con cierta timidez a lo largo de los documentos.

El punto de la producción de contenidos electrónicos de calidad promovido en la Cumbre es de gran valor, aunque es necesario que no se limite sólo a la Web. La calidad en la información debe impulsarse en los diferentes espacios en los que se origina, entre ellos por supuesto, los medios de comunicación social a través de su papel de ayudar con la comprensión del entorno, de dar a conocer lo que sucede y no cargando con responsabilidades que deben asumir los creadores de políticas públicas.

Además faltó notar más en los resultados de la conferencia el hecho de la revalorización de la relación con la audiencia, la interactividad y ese sentido humano en el que el perceptor tiene la posibilidad de elegir. Se trata de una interacción esencial, que describe una de las razones de ser tanto de los medios de comunicación como de la Sociedad de la Información.

Por lo tanto a través de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 – Túnez 2005) lo que quedó claro es que los medios de comunicación juegan un rol activo, así como son una herramienta para su desarrollo. Se constituyen en puntos de conexión que permiten ilustrar el presente, en actores globales y locales. Aún así quedan pendientes temas como el de los medios comunitarios señalado por la sociedad civil, y sobre todo un mayor reconocimiento de lo humano en un contexto en el que el hombre sigue siendo el

protagonista y las tecnologías de la información y comunicación, así como las redes que se entretajan y el dinamismo de los procesos de comunicación son elementos que repercuten directamente en su vida y en su manera de entender e interactuar con el mundo.

Capítulo IV
Entre números, brechas y medios



Wassily Kandinsky - Moscow I 1916

*Denme espacio y movimiento
y les daré un mundo*
Descartes

A efectos de conocer cómo se ha cuantificado la Sociedad de la Información y el Conocimiento, se presentan en este capítulo algunos indicadores de diversas organizaciones como la Unión Internacional de Telecomunicaciones, que dan cuenta del desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación alrededor del globo. Las cifras permiten al mismo tiempo poner en evidencia, lo que algunos teóricos han llamado “brecha digital”.

Las distancias que se generan por el problema del acceso y manejo de las tecnologías de la información y comunicación, plantean cuál debe ser el camino para el desarrollo de las naciones y si este debe contar con el apoyo de estas tecnologías. Así las estadísticas permiten conocer también cuál es la situación particular de los países en desarrollo.

Por último, se analiza el papel que cumplen los medios de comunicación dentro de esta situación y cómo se pueden constituir en actores para el desarrollo, resaltando el valor de la participación de la sociedad y el cómo podrían contribuir con la comprensión de un mundo cada vez más complejo.

Tecnologías de la información y comunicación:

crecimiento acelerado, constante e irregular

Otorgarle una cifra a un proceso que vive la humanidad con el fin de cuantificarlo, darle un número que ilustre de alguna manera el impacto que a nivel social vive; ha sido una preocupación constante para el ser humano. Dentro de esta tendencia se inserta la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Algunos organismos internacionales como la Unión Internacional de Telecomunicaciones y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) se han preocupado por medir entonces diversos aspectos vinculados con la tecnología para otorgarle un rostro medianamente tangible a un espacio caracterizado por el dinamismo, amplio intercambio de información, flujos y redes, que usualmente trasciende las cifras por su complejidad y crecimiento acelerado.

Número de líneas telefónicas, suscriptores de telefonía móvil, usuarios y suscriptores de Internet han sido las variables más frecuentes al momento de elaborar indicadores relacionados con las tecnologías de la información y comunicación y los procesos que a través de éstas se generan. Sin embargo, en ocasiones intereses encontrados de algunas regiones y países han dificultado recabar estos datos.

El Observatorio para la Sociedad de la Información – América Latina y el Caribe - señaló en 2006 que la región presenta una falta de datos estadísticos comparables sobre temas vinculados a la Sociedad de la Información: “Por lo general, las estadísticas sobre la materia se recopilan conforme a metodologías no muy sólidas, influenciadas algunas veces por intereses intransparentes y en muchos casos calculadas para una sola fecha y no para un período histórico, como es necesario para evaluar el progreso real de una sociedad” (2006).

A pesar de las dificultades, el crecimiento y el desarrollo tecnológico acelerado se han hecho evidentes. En menos de 10 años los celulares pasaron de ser objetos pesados y de difícil manejo a ser una tecnología de fácil traslado, liviana y de mayor accesibilidad. Actualmente la telefonía móvil es una de las más usadas alrededor del mundo, y la nanotecnología ha permitido el desarrollo de múltiples ofertas de comunicación. Pero aún así los niveles de acceso en las diversas regiones, países y localidades del mundo a estas opciones informáticas son variables. Se manifiestan, en consecuencia, diversas formas de comunicación que no son uniformes, sino que presentan múltiples rostros de acuerdo con las posibilidades de acceso, el conocimiento para manejar las tecnologías y la decisión personal.

El incremento de las tecnologías de la información y comunicación se ve reflejado en los indicadores de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ver *tablas 6 y 7, y gráficos 1, 2 y 3*). En el año 2000 el total de suscriptores de teléfono era de 28,32 por cada 100 habitantes, aumentando a 60,04 por cada 100 habitantes en el año 2006. Lo mismo ocurrió con los suscriptores de telefonía móvil que en 2000 eran 12,2% de la población mundial, en 2002, 18,65%; en 2004, 27,71% y en 2006 alcanzaron 40,91%. Así esta opción tecnológica pasó de

ocupar 43,1% del porcentaje total de suscriptores de teléfono a conquistar 67,8% del total, superando a la telefonía fija.

Este fenómeno ocurre en parte gracias a que el crecimiento de la telefonía celular con respecto a la fija no implica el desarrollo físico de instalaciones (cableados,...) lo cual facilita la primera. Del mismo modo, los requisitos para obtener una línea de telefonía fija (recibos de la vivienda, ingresos mensuales,...) son por lo general mayores que los necesarios para una móvil (documento de identidad). Así la telefonía celular resulta más accesible para la población en general.

En el caso de Internet las cifras también aumentaron considerablemente en los últimos siete años. Los suscriptores crecieron 130% y los usuarios 166,72%. La cifra de suscriptores era de 2,9 por cada 100 habitantes en 2000, 4,76 por cada 100 habitantes en 2002, 5,84 por cada 100 habitantes en 2004 y ya en el año 2006 alcanzó 6,67 por cada 100 habitantes. Igualmente los usuarios que en el año 2000 eran 6,52% de la población mundial, pasaron a 9,8% en 2002, 13,69% en 2004 y 17,39% en 2006. De este modo, el número de usuarios de Internet, para el último registro, se encuentra alrededor de 1141,43 millones, aunque se trate de menos de la cuarta parte de la población mundial.

Internet ha crecido en el número de ordenadores conectados, en usuarios y en contenidos y servicios. Esta evolución se ha producido en un tiempo récord, apenas 4 años, y el aumento exponencial de cibernautas ha creado desequilibrios, problemas de gestión, legislativos, de seguridad, de saturación, etc. En términos comparativos la radio tardó 35 años en conseguir 50 millones de oyentes, la televisión 13, el cable 10, e Internet los ha alcanzado en apenas 3 años (Franquet, 2003).

Así mismo, el aumento de los suscriptores de banda ancha es muestra del desarrollo tecnológico. Mientras que en el año 2000 había 0,35 por cada 100 habitantes, en 2006 se pasó a 4,30 por cada 100 habitantes. No obstante, la cifra permanece baja, representando un acceso limitado a esta tecnología. Llama también la atención la reducción del porcentaje de telefonía móvil digital, que pasó de 86,5% en 2000 a 75,8% en 2006.

Tabla 6

Acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación por Región en el año 2000

Región	Población (M)	Telefonía		Telefonía móvil			Internet		
		Total de suscriptores de teléfono por cada 100 habitantes	Líneas telefónicas principales por cada 100 habitantes	Suscriptores de telefonía móvil por cada 100 habitantes	% de telefonía móvil digital	% del total de suscriptores de teléfono	Suscriptores de Internet por cada 100 habitantes	Usuarios de Internet por cada 100 habitantes	Suscriptores de banda ancha por cada 100 habitantes
África	783.10	4.45	2.48	1.97	97.8	44.2	0.16	0.58	-
América	832.52	56.62	34.8	21.82	58.4	38.5	6.97	18.88	1.17
Asia	3615.23	16.06	9.40	6.66	97.9	41.4	1.38	3.12	0.18
Europa	786.71	76.71	39.84	36.87	93.5	48.1	8.13	13.90	0.25
Oceanía	30.84	73.26	39.87	33.39	98.5	45.6	14.62	26.90	0.11
A nivel mundial (Total)	6048.4	28.32	16.12	12.20	86.5	43.1	2.90	6.52	0.35

M: Millones
Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones

Tabla 7

Acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación por Región en el año 2006

Región	Población (M)	Telefonía		Telefonía móvil			Internet		
		Total de suscriptores de teléfono por cada 100 habitantes	Líneas telefónicas principales por cada 100 habitantes	Suscriptores de telefonía móvil por cada 100 habitantes	% de telefonía móvil digital	% del total de suscriptores de teléfono	Suscriptores de Internet por cada 100 habitantes	Usuarios de Internet por cada 100 habitantes	Suscriptores de banda ancha por cada 100 habitantes
África	922.68	24.14	3.10	20.97	77.1	87.1	1.28	4.76	0.12
América	901.47	93.22	32.43	61.95	64.0	65.6	11.40	37.02	8.93
Asia	3892.77	44.92	15.81	29.28	73.6	64.8	4.80	11.57	2.71
Europa	813.40	133.95	39.71	94.29	86.8	70.4	15.16	35.73	11.02
Oceanía	33.37	109.33	36.57	72.57	93.1	66.5	29.34	57.16	13.69
A nivel mundial (Total)	6563.69	60.04	19.39	40.91	75.8	67.8	6.67	17.39	4.30

M: Millones
Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones

A pesar del aumento en el acceso a las tecnologías de la información y comunicación, al analizar la distribución regional en las tablas 1 y 2, las diferencias entre las zonas del mundo son considerables, demostrando un acceso desigual a la

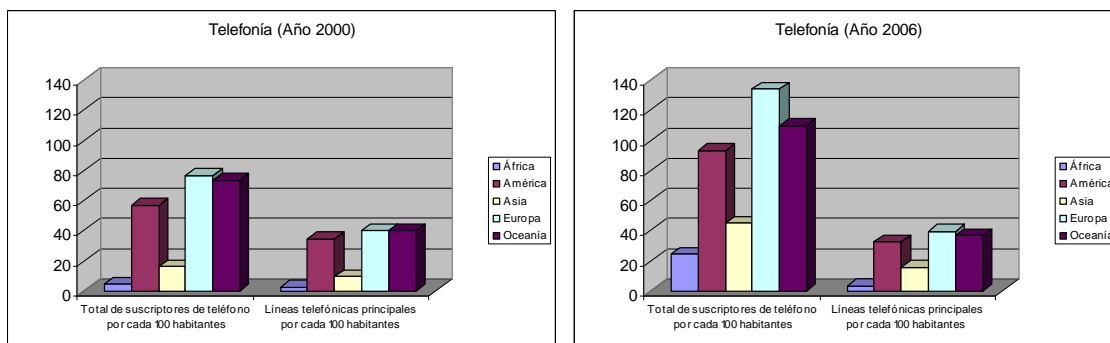
oferta tecnológica y poniendo de manifiesto parte de lo que se conoce como la “brecha digital”, que será explicada próximamente.

Aunque ha habido un incremento tecnológico en todo el mundo, las zonas más pobladas (Asia y África) poseen los indicadores más bajos. De este modo, se pone de manifiesto un desarrollo desigual en las diferentes regiones, que repercute en la capacidad de acceso a las nuevas tecnologías y en la posibilidad de hacer uso pleno de sus potenciales beneficios funcionales.

En el caso de los suscriptores de teléfono el acceso por regiones varía. Mientras que en el año 2000 el número de suscriptores era: 4,45% en África, 56,62% en América, 16,06% en Asia, 76,71% en Europa y 73,26% en Oceanía, en 2006 el número de suscriptores por continente se da de la siguiente manera: 24,14% en África, 93,22% en América, 44,92% en Asia, 133,95% en Europa y 109,33% en Oceanía (Ver Gráfico 1). Es decir, aunque los valores aumentaron, las brechas entre los continentes se mantienen. Igual ocurre con los otros índices.

Las líneas telefónicas principales por cada 100 habitantes (telefonía fija) se distribuyeron en el año 2000 en las regiones del mundo como se enuncia a continuación: 2,48% en África, 34,8% en América, 9,40% en Asia, 39,84% en Europa y 39,87% en Oceanía. En 2006 alcanzan: 3,1% en África, 32,43% en América, 15,81% en Asia, 39,71% en Europa y 36,57% en Oceanía. Asia y África experimentan un incremento, mientras que América, Europa y Oceanía disminuyen levemente sus valores. Probablemente esto se deba al auge de la telefonía móvil.

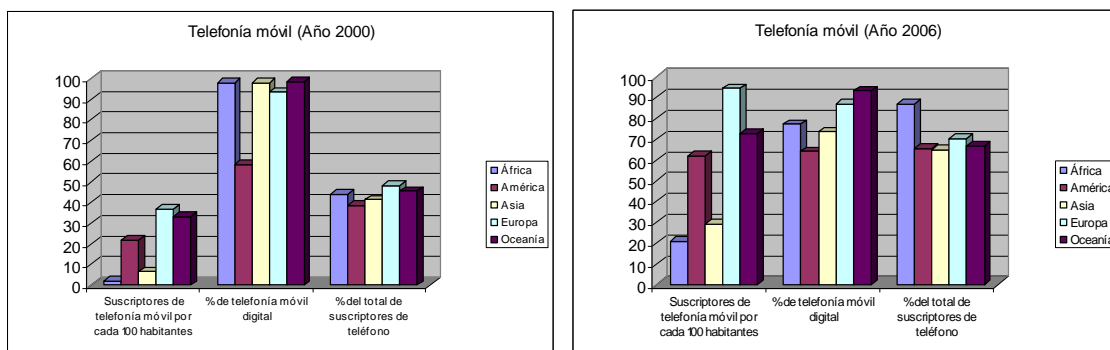
Gráfico 1
Telefonía por regiones 2000 - 2006



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones

Por su parte, la tasa compuesta de crecimiento anual del año 2001 al 2006 en el caso del número de suscriptores de telefonía móvil se expresa de la siguiente forma: 50% en África, 20,1% en América, 27,2% en Asia, 16,5% en Europa y 11,9% en Oceanía. A pesar del incremento de telefonía móvil alrededor del mundo, para el año 2006, la distribución del número de suscriptores se mantuvo desigual: 20,97% en África, 61,95% en América, 29,28% en Asia, 94,29% en Europa y 72,57% en Oceanía (ver Gráfico 2).

Gráfico 2
Telefonía móvil por regiones 2000 - 2006



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones

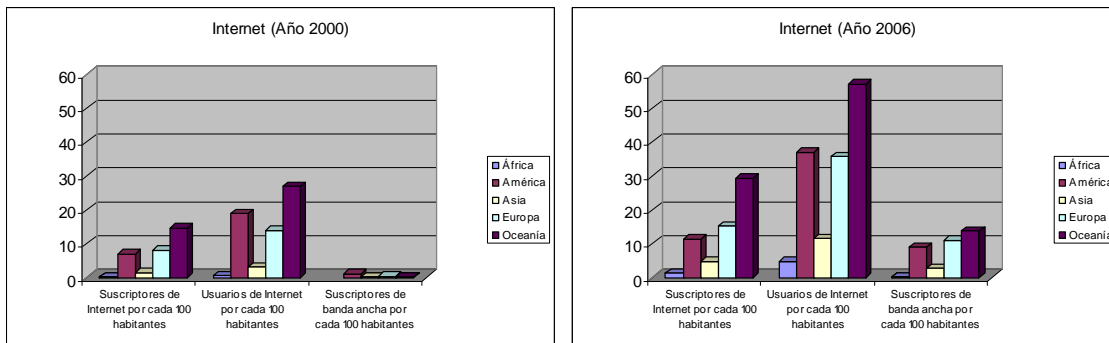
Así mismo, las cifras de los suscriptores y usuarios de Internet evidencian las diferencias de acceso por región, a pesar del crecimiento entre 2000 y 2006. Los índices del año 2000 mostraban: 0,16% suscriptores y 0,58% usuarios en África, 6,97% suscriptores y 18,88% usuarios en América, 1,38% suscriptores y 3,12% usuarios en Asia, 8,13% suscriptores y 13,90% usuarios en Europa, y 14,62% suscriptores y 26,90% usuarios en Oceanía. Por su parte, los indicadores del año 2006 por continente expresan que hay: 1,28% suscriptores y 4,76% usuarios en África, 11,4% suscriptores y 37,02% usuarios en América, 4,8% suscriptores y 11,57% usuarios en Asia, 15,16% suscriptores y 35,73% usuarios en Europa, y 29,34% suscriptores y 57,16% usuarios en Oceanía (ver Gráfico 3).

Los contrastes en el caso de los suscriptores de banda ancha por cada 100 habitantes, muestran no sólo el acceso desigual a las tecnologías por región, sino que representan los avances que ofrecen las mejoras tecnológicas como la velocidad de acceso a la información. Aunque en 2000 el número de suscriptores era inferior a 1,17% en todos los casos (1,17% en América, 0,18% en Asia, 0,25%

en Europa y 0,11% en Oceanía), las cifras de cada continente para el año 2006 ilustran de igual modo la realidad antes expuesta: 0,12% en África, 8,93% en América, 2,71% en Asia, 11,02% en Europa y 13,69% en Oceanía.

Gráfico 3

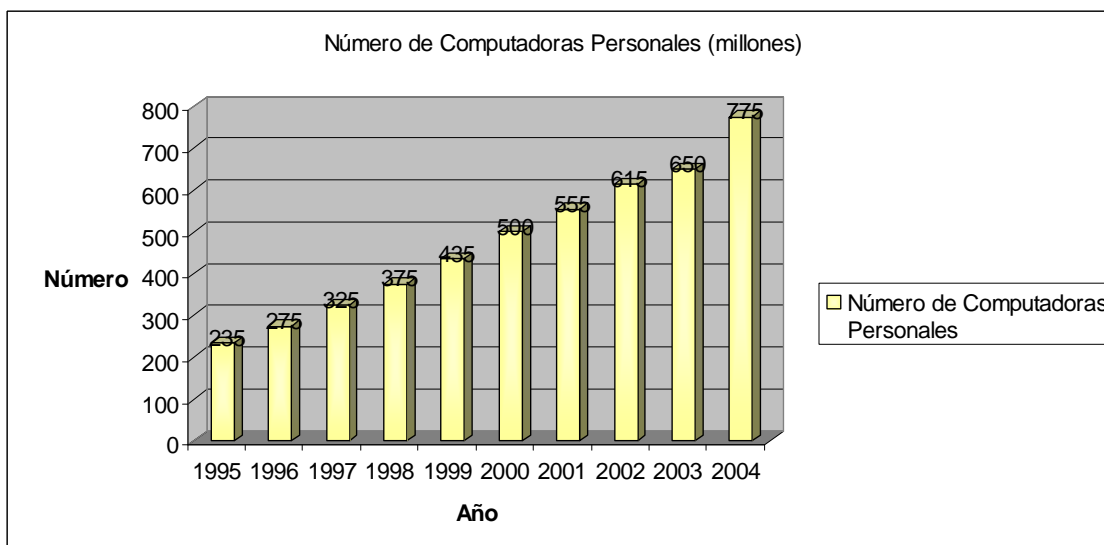
Usuarios y suscriptores de Internet por regiones 2000 - 2006



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones

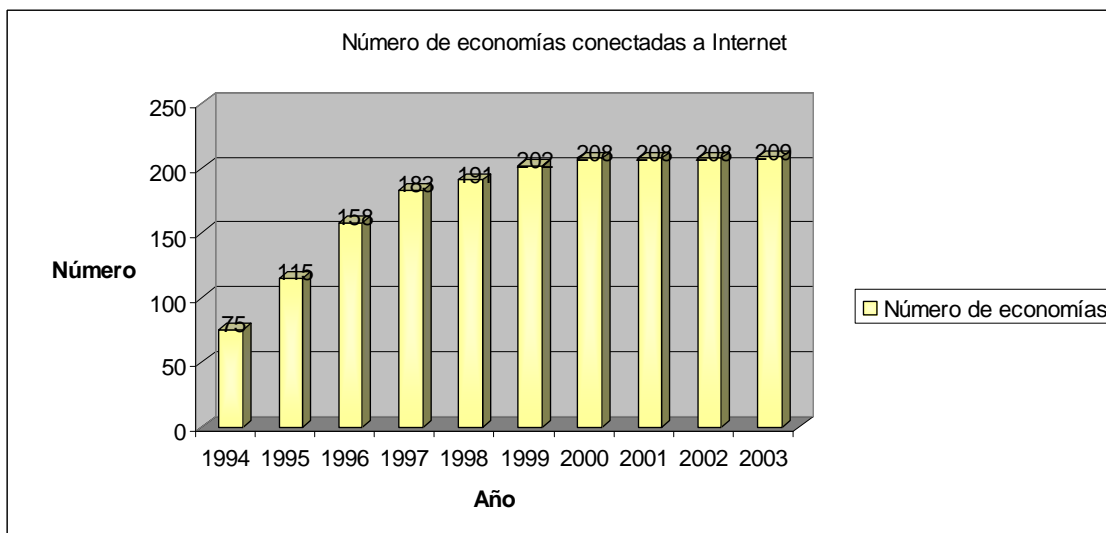
Existen también otros indicadores que demuestran el crecimiento exponencial de las tecnologías de la información y comunicación. Tal es el caso del número de computadoras personales que pasó de 235 millones en 1995 a 775 millones en 2004 (ver gráfico 4) y del número de economías conectadas a Internet, que en 1994 eran 75 y ya en 2003 eran 209 (ver gráfico 5).

Gráfico 4



Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones

Gráfico 5



Fuente: From the digital divide to digital opportunities

Los cuadros y gráficos antes presentados, demuestran que el crecimiento y desarrollo tecnológico es un hecho, aumentando el acceso a las tecnologías en los últimos años. Se trata de un incremento abrupto, constante y exponencial. Aún así, se pone de manifiesto el tema de la “brecha digital”, puesto que la distribución de las tecnologías es desigual a nivel mundial.

Hay mayor uso de las computadoras personales, que son potenciales fuentes de acceso a la información y que son puertas a la red de comunicaciones, que abre Internet. Sin embargo, sigue siendo bajo su nivel de acceso, si consideramos que para el año 2004 la población mundial era de 6384,18 millones, según la Unión Internacional de Telecomunicaciones, y sólo había 775 millones de computadoras personales, aunque una computadora puede ser usada por más de una persona. Aún así, para esa fecha había más usuarios de Internet (873,99 millones) que computadoras personales.

En el caso de las economías conectadas a Internet, la cifra fue constante entre 1999 y 2003, dándose su mayor crecimiento entre 1994 y 1998. Si se considera que el número de países pertenecientes a la Organización de Naciones Unidas en 2003 era 191 y que el número de economías conectadas a Internet superó esta cifra (209), se puede decir que se evidencia la globalización económica y parte del impacto de Internet en este ámbito.

Así mismo, la telefonía móvil es una de las que ha tenido mayor crecimiento a nivel mundial. Se trata de una opción accesible, que no requiere de plataformas complejas para los usuarios, ya que prácticamente sólo es necesario el equipo. En este sentido, se ha convertido en la opción más usada en los países en desarrollo. Un estudio de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, reflejó que con un alto crecimiento en el sector de telefonía móvil, su tasa de penetración se colocó por más de 40% al final de 2006. La misma investigación muestra que el número de celulares debió sobrepasar la marca de los 3 billones en agosto de 2007 y que se espera que la penetración de telefonía móvil alcance 50% en 2008 (2006).

Los cuadros reflejan también que una buena parte de la población mundial no son usuarios de Internet. Esto implica que ese 82,61% que no tiene acceso a esta opción, se ve en la necesidad de buscar otras fuentes y otros medios para informarse (puede tratarse, por ejemplo, de otros medios de comunicación o de la comunicación interpersonal). En el caso venezolano, según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística en 2001, de los 5.234.288 hogares empadronados 84% (4.405.000 hogares) tenía radio en su casa, 88,9% (4.661.215 hogares) televisión, 31,7% (1.660.532 hogares) teléfono celular, 24,8% (1.300.057 hogares) televisión por cable, 13,4% (703.348 hogares) computadora y sólo 4,38% (229.706 hogares) tenía acceso a Internet (2001).

Igualmente el acceso a la banda ancha de Internet es reducido, hecho que puede generar brechas entre los usuarios en relación a la calidad del servicio, como podría ser el caso de la velocidad de acceso a la información. Se muestra que, paradójicamente, en las diferentes opciones tecnológicas, las regiones más pobladas del mundo, son las que menor acceso tienen a las tecnologías de la información y comunicación. África y Asia, continentes que albergan al mayor número de países en desarrollo, son los que menor posibilidad de acceso tienen a las opciones informáticas, en contraposición con Europa y Oceanía. América se encuentra en una situación intermedia entre ambos extremos.

Se trata entonces de un crecimiento y desarrollo tecnológico acelerado, constante e irregular. Acelerado, puesto que los incrementos manifestados en los

últimos años han sido superiores al 100% (los suscriptores de Internet aumentaron 130% entre 2000 y 2006); constante; ya que se ha mantenido en el tiempo; e irregular, por su desigual distribución a nivel mundial, variando el acceso entre personas y regiones.

Los países en desarrollo y la brecha digital

El tema del acceso y manejo de las tecnologías de la información y comunicación ha sido abordado bajo diferentes ópticas. El estudio *“From the Digital divide to Digital Opportunities (De la división digital a las oportunidades digitales)”*, realizado por George Sciadas, compara la evolución de las economías desarrolladas y en desarrollo en función de porcentajes de población, telefonía fija y móvil, computadores personales y usuarios de Internet de 1992 a 2003 (ver *gráfico 6*) (2005).

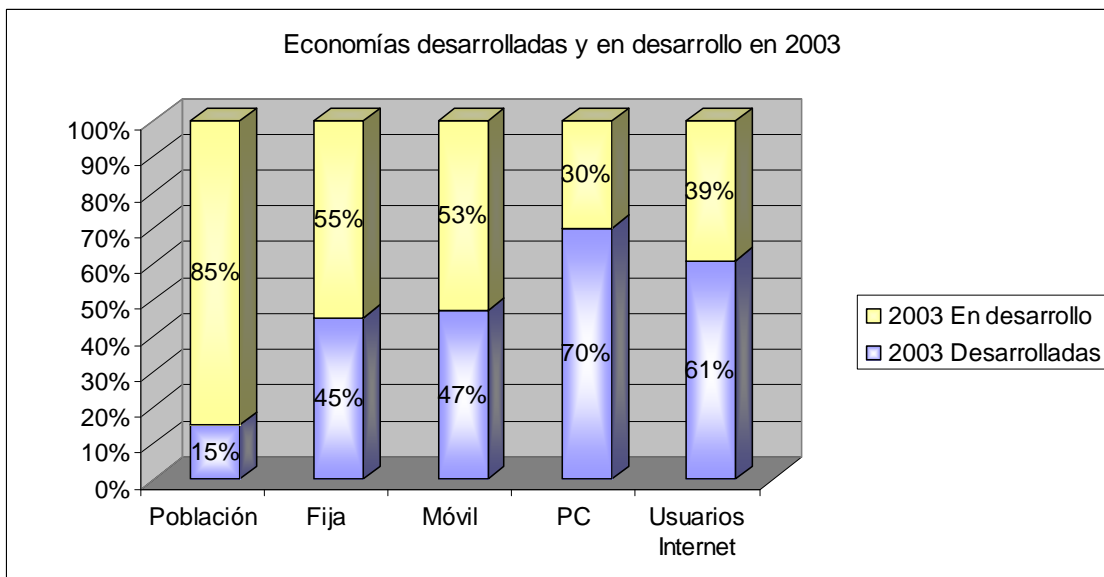
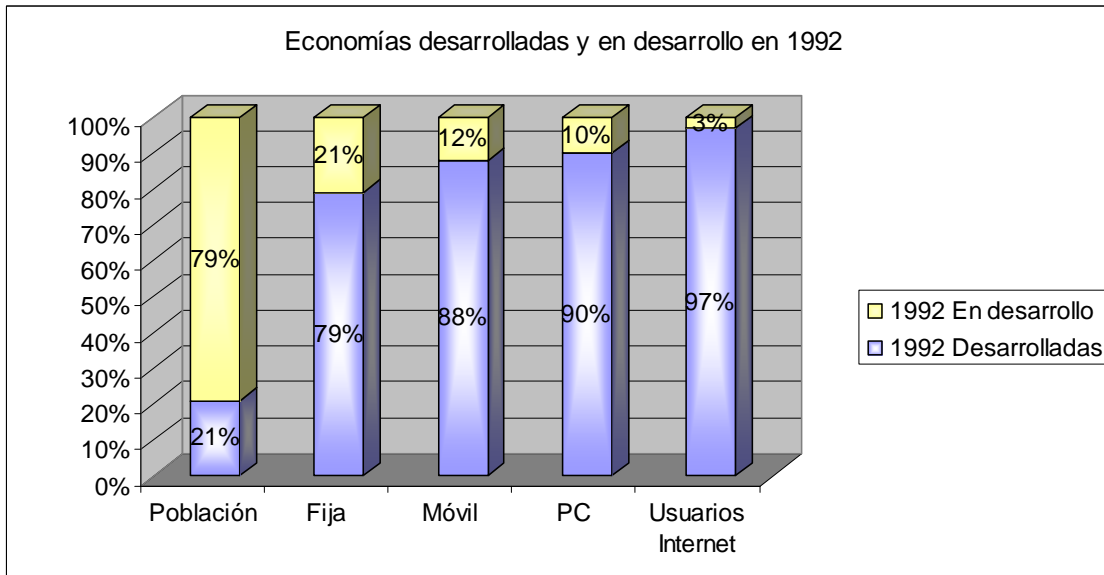
A través de las estadísticas presentadas, es posible notar que el mayor porcentaje de la población mundial se encuentra ubicada en los países en desarrollo, aumentando la cifra de 79% en 1992 a 85% en 2003. Así mismo, en el año 1992 las economías desarrolladas superaban a las economías en desarrollo en todos los renglones tecnológicos: telefonía fija (79% desarrolladas y 21% en desarrollo), telefonía móvil (88% desarrolladas y 12% en desarrollo), computadores personales (90% desarrolladas y 10% en desarrollo) y usuarios de Internet (97% desarrolladas y 3% en desarrollo).

Para el año 2003, las distancias entre las economías desarrolladas y en desarrollo se redujeron, aunque las desigualdades se mantienen. La telefonía fija y la móvil aumentaron en las regiones en desarrollo, superando a las desarrolladas al ocupar 55% y 53%; aunque el porcentaje de usuarios de Internet y computadores personales sigue siendo superior en las zonas desarrolladas.

El problema del acceso a las tecnologías de la información y comunicación permanece, puesto que aunque hayan aumentado los índices en las economías en desarrollo, para considerar una distribución equitativa, los porcentajes de los indicadores tecnológicos, deberían corresponder al de la distribución de la población. Por lo tanto, *el gráfico 6* evidencia que aunque se han reducido las

distancias, las diferencias entre los países se mantienen, manifestándose una distribución desigual de las tecnologías a nivel mundial.

Gráfico 6
Tecnologías de la información y comunicación en economías desarrolladas y en desarrollo



Fuente: From the digital divide to digital opportunities

Sciadas refleja en su estudio que en los últimos 15 años, ha habido incrementos en los índices tecnológicos, que han permitido moderar las brechas entre las economías desarrolladas y en desarrollo. Sin embargo, permanecen presentes diferencias considerables. *“While almost half of the population in many*

developed economies use the Internet, only one in one hundred people in Sub-Saharan Africa were online at the end of 2003¹⁵ (2005: 11).

These trends show that even though disparities have been generally decreasing somewhat over the last decade, particularly in terms of access to mobile phones and the Internet, there are still major gaps amongst economies today. In many parts of the world the arrival of the information economy and society is still a long distance away, and many barriers remain to be identified, dealt with and overcome. This requires additional detailed analysis, and analysis requires statistics¹⁶ (Sciadas, 2005: 12).

Las brechas también se hacen evidentes entre los países a través de los índices de infoestado, infodensidad e infouso¹⁷. Los países que mantienen los diez niveles más altos se encuentran en su mayoría en Europa: Dinamarca, Suecia, Suiza, Holanda, Noruega, Finlandia e Islandia. De los otros tres, dos son de América del Norte: Estados Unidos y Canadá, y uno de Asia, ocupado por Hong Kong, China. Por su parte, los últimos diez niveles corresponden a países de África: Guinea, Burkina Faso, Angola, Malawi, Mali, Eritrea, Myanmar, República Central Africana, Etiopía y Chad (*ver tabla 8*). Venezuela mantiene un índice intermedio.

Al tomar en cuenta los dos extremos más lejanos ocupados por Dinamarca y Chad, se nota que las diferencias en todos los índices son superiores a 200. La población de Chad era en 2003 de 8,08 millones, mientras que la de Dinamarca era de 5,40 millones. Sin embargo, Dinamarca supera a Chad en el índice de infoestado por 247 puntos (96,9%), en el de infodensidad por 235.3 puntos (95,6%) y en el de infouso por 258.1 puntos (97,8%).

¹⁵ “Mientras casi la mitad de la población en muchas economías en desarrollo usa Internet, sólo una de cada cien personas en África Subsahariana estuvieron en línea al final de 2003” (Traducción propia)

¹⁶ “Estas tendencias muestran que aunque las disparidades han disminuido de alguna manera en la última década, particularmente en términos de acceso a la telefonía móvil y a Internet, aún hay brechas considerables entre las economías en la actualidad. En muchas partes del mundo, la llegada de la economía y la sociedad de la información es aún distante y muchas barreras quedan por ser identificadas, tratadas y superadas. Esto requiere un análisis detallado adicional y el análisis requiere de estadísticas” (Traducción propia)

¹⁷ De acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones el índice denominado infoestado corresponde a la suma de los subíndices infodensidad e infouso. La infodensidad se calcula a través de la suma de todos los activos de tecnologías de la información y comunicación: capital y trabajo, redes y capacidad. Por su parte, el infouso corresponde al flujo de consumo de tecnologías de la información y comunicación durante un período fijo: adopción e intensidad. (2007: 6)

Igualmente los contrastes se manifiestan al considerar los dos extremos más cercanos. Islandia con 0,29 millones de habitantes en 2003 supera a Guinea con 7,75 millones de habitantes en el índice de infoestado por 212.1 puntos (93,6%), en el índice de infodensidad por 183.2 puntos (91,4%) y en el índice de infouso por 243.9 puntos (95,2%).

La comparación con Venezuela muestra que Dinamarca la supera en el índice de infoestado por 175.3 puntos (68,8%), en el índice de infodensidad por 172.3 puntos (70%) y en el índice de infouso por 178.2 puntos (67,5%). La población de Venezuela para el año 2003 era de 25,69 millones.

Tabla 8
Infoestados en 2003

País	Índices		
	Infoestado	Infodensidad	Infouso
Dinamarca	254.9	246.1	264.0
Suecia	251.1	242.4	260.1
Suiza	250.7	219.0	286.9
Holanda	242.5	238.5	246.6
Noruega	239.5	234.3	244.8
Canada	235.0	201.4	274.1
Estados Unidos	231.8	212.3	253.2
Finlandia	228.4	238.4	218.8
Hong Kong, China	227.9	185.2	280.5
Islandia	226.7	200.5	256.3
Venezuela	79.6	73.8	85.8
Guinea	14.6	17.3	12.4
Burkina Faso	12.6	14.4	11.0
Angola	12.2	12.5	12.0
Malawi	12.2	18.2	8.1
Mali	12.1	14.9	9.8
Eritrea	11.9	9.7	14.6
Myanmar	10.7	14.7	7.7
República Central Africana	8.8	11.5	6.8
Etiopía	8.6	9.9	7.4
Chad	7.9	10.8	5.9

Fuente: From the Digital divide to Digital Opportunities

En el caso Latinoamericano (ver *Tabla 9*) los países con los índices más elevados son Chile, Uruguay y Argentina. Nicaragua, Honduras y Cuba mantienen los niveles más bajos. Venezuela conserva una posición intermedia junto con Colombia, El Salvador y Perú. En la región las diferencias no son tan marcadas como las que se dan entre Dinamarca y el Chad, pero siguen siendo evidentes.

Al contrastar los indicadores entre Chile Y Cuba (extremos de América Latina en el estudio de Sciadas (2005: 16)), se encuentran contrastes superiores a los 80 puntos. En 2003 ambos países mantenían una población similar: Chile con 15,23 millones de habitantes y Cuba con 11,23 millones. Sin embargo, Chile supera a Cuba en el índice de infoestado por 87.1 puntos (68,2%), en el de infodensidad por 83.5 puntos (70%) y en el de infouso por 90.7 puntos (66%).

En este sentido, al comparar a Venezuela con Chile y Cuba se evidencia su situación intermedia. Chile supera a Venezuela en los índices de infoestado, infodensidad e infouso por 48.1 puntos (37,7%), 44.9 puntos (37,8%) y 51.7 puntos (37,6%) respectivamente. Por su parte Venezuela sobrepasa a Cuba en los índices de infoestado, infodensidad e infouso por 39 puntos (49%), 38.6 puntos (52,3%) y 39 puntos (45,5%) en el mismo orden.

Al establecer las distancias entre Venezuela y Colombia con respecto a los indicadores, se nota que son reducidas. Colombia con 43,78 millones de habitantes en 2003 supera a Venezuela en el índice de infoestado por 3.2 puntos (3,9%), en el de infodensidad por 5.7 puntos (7,2%) y en el de infouso por 0.5 puntos (0,6%).

Así mismo, las diferencias entre Venezuela y El Salvador también son pocas. Venezuela supera a El Salvador en los índices de infoestado e infodensidad por 3.2 puntos (4%) y 9.7 puntos (13,1%) respectivamente. Sin embargo, El Salvador sobrepasa a Venezuela en el índice de infouso por 5.2 puntos (5,7%). La población de El Salvador en 2003 era de 6,64 millones de habitantes.

Tabla 9
Infoestados en 2003 en Latinoamérica

País	Índices		
	Infoestado	Infodensidad	Infouso
Chile	127.7	118.7	137.5
Uruguay	118.3	126.4	110.8
Argentina	115.0	124.4	106.2
Brasil	107.3	110.7	104.0
México	98.5	99.0	98.0
Colombia	82.8	79.5	86.3
Venezuela	79.6	73.8	85.8
El Salvador	76.4	64.1	91.0
Perú	72.8	70.8	75.0
Ecuador	65.6	61.3	70.1
Bolivia	57.6	66.9	49.6
Paraguay	57.5	68.7	48.0
Guatemala	52.1	59.1	45.8
Nicaragua	48.5	50.9	46.3
Honduras	41.9	42.1	41.7
Cuba	40.6	35.2	46.8

Fuente: From the Digital divide to Digital Opportunities

De este modo, cada región posee países con mayor y menor acceso a las tecnologías de la información y comunicación. Esto muestra que los problemas de acceso no son sólo entre las regiones del mundo, sino también entre los países, y en un rango más micro también se presenta entre los habitantes de una localidad. Por lo tanto, se comentará brevemente la situación de la telefonía, telefonía móvil e Internet de cada continente, para culminar con algunos indicadores que reflejan parte de la realidad venezolana.

En el caso de África, entre los países, que tienen bajo acceso a las tecnologías de la información y comunicación, existen diferencias considerables. Entre los suscriptores de teléfono, Sudáfrica tiene 81.57 y Libia 73.9 por cada 100 habitantes, mientras que Ruanda, Comoras, Guinea- Bissau y Zimbawe tienen 3.58, 4.14, 7.86 y 8.90 suscriptores por cada 100 habitantes respectivamente. La situación se repite con las líneas telefónicas por cada 100 habitantes, distribuyéndose los indicadores de la siguiente manera: 71.6 Sudáfrica, 65.81 Libia, 2.01 Comoras y 3.40 Ruanda (ver *Tabla 10*).

La telefonía móvil es la más usada en África. En la mayoría de los países ocupa del total de suscriptores de teléfono, un porcentaje superior a 70%. Tal es el caso de: el Congo, Guinea-Bissau, Libia, Mali, Nigeria, Ruanda, Sudáfrica y Zimbabwe. No obstante, mientras Sudáfrica y Libia tienen 71.6 y 65.81 suscriptores de telefonía móvil por cada 100 habitantes, Comoras y Ruanda tienen 2.01 y 3.40 respectivamente.

Así mismo, a través de Internet se notan las brechas, por ejemplo, por medio del número de suscriptores y usuarios por cada 100 habitantes: en Sudáfrica es de 9.02 y 10.75, en Guinea Bissau es de 0.02 y 2.26 y en Mali es de 0.61 y 0.50.

Un estudio de Naciones Unidas señala que la región está caracterizada por un bajo nivel de desarrollo y por consiguiente por una muy baja distribución de las tecnologías de la información y comunicación. *“No countries in the region are categorized as high income or with widespread digital access. Only five countries in the region are classified as upper-middle income¹⁸”* (2005:36).

¹⁸ “Ningún país de la región está clasificado por ingresos altos o por un extenso acceso digital. Sólo cinco países en la región están clasificados por un nivel de ingreso medio-alto” (Traducción propia)

Tabla 10 – África
Acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación en 10 países de África en el año 2006

País	Población (M)	Telefonía		Telefonía móvil			Internet		
		Total de suscriptores de teléfono por cada 100 habitantes	Líneas telefónicas principales por cada 100 habitantes	Suscriptores de telefonía móvil por cada 100 habitantes	% de telefonía móvil digital	% del total de suscriptores de teléfono	Suscriptores de Internet por cada 100 habitantes	Usuarios de Internet por cada 100 habitantes	Suscriptores de banda ancha por cada 100 habitantes
Comoras	0.82	4.14	2.12	2.01	-	48.7	0.13	2.56	-
Congo	4.12	12.65	0.40	12.25	100.0	96.9	0.03	1.70	-
Egipto	75.44	38.19	14.33	23.86	75.7	62.5	2.65	7.95	0.27
Guinea-Bissau	1.63	7.86	0.76	7.1	-	90.3	0.02	2.26	-
Libia	5.97	73.9	8.09	65.81	7.5	89.0	1.38	3.96	-
Mali	13.92	11.46	0.59	10.87	...	94.8	0.61	0.50	0.02
Nigeria	134.38	25.31	1.26	24.05	57.5	95.0	1.52	5.95	-
Ruanda	9.23	3.58	0.18	3.40	100.0	95.0	0.05	0.70	0.02
Sudáfrica	47.59	81.57	9.97	71.60	100.0	87.8	9.02	10.75	0.35
Zimbabwe	13.08	8.90	2.54	6.36	100.0	71.5	0.74	9.32	0.08
Total África	922.68	24.14	3.10	20.97	77.1	87.1	1.28	4.76	0.12

M: Millones

Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones

Asia

En Asia las diferencias entre regiones como Taiwán (China), Japón y Kuwait con países como Myanmar, Camboya y Bangladesh son extremas. En un caso se evidencia un desarrollo en el nivel de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, comparable con los bajos indicadores de otras zonas del continente. Entre los suscriptores de teléfono, Taiwán tiene 165.55, Japón 122.33 y Kuwait 107.56 por cada 100 habitantes, mientras que Myanmar, Camboya y Bangladesh tienen 1.17, 8.17 y 14.03 suscriptores por cada 100 habitantes respectivamente (ver tabla 11).

La situación se hace también evidente con las líneas telefónicas por cada 100 habitantes, siendo su distribución como se expresa a continuación: 63.58 Taiwán, 43.02 Japón, 0.23 Camboya y 0.79 Bangladesh. De igual modo, mientras Taiwán y Kuwait tienen 101.97 y 88.57 suscriptores de telefonía móvil por cada 100 habitantes, Myanmar y Camboya tienen 0.42 y 7.94 respectivamente.

Aún así una de las tecnologías más usadas en Asia es la telefonía móvil. En la mayoría de los países ocupa del total de suscriptores de teléfono, un porcentaje mayor a 60%. Bangladesh, Brunei Darussalam, Camboya, India, Japón, Kuwait, Líbano y Taiwán entran dentro de este rango. En el caso de Internet, las desigualdades también tienen lugar. El número de suscriptores y usuarios por cada 100 habitantes es en Japón de 26.55 y 68.27, en Brunei Darussalam de 5.00 y 43.35 y en Myanmar de 0.01 y 0.18.

Tabla 11 - Asia

Acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación en 10 países de Asia en el año 2006

País	Población (M)	Telefonía		Telefonía móvil			Internet		
		Total de suscriptores de teléfono por cada 100 habitantes	Líneas telefónicas principales por cada 100 habitantes	Suscriptores de telefonía móvil por cada 100 habitantes	% de telefonía móvil digital	% del total de suscriptores de teléfono	Suscriptores de Internet por cada 100 habitantes	Usuarios de Internet por cada 100 habitantes	Suscriptores de banda ancha por cada 100 habitantes
Bangladesh	144.44	14.03	0.79	13.25	14.5	94.4	0.10	0.31	-
Brunei Darussalam	0.38	87.51	20.99	66.51	...	76.0	5.00	43.35	2.74
Camboya	14.35	8.17	0.23	7.94	33.8	97.2	0.09	0.31	0.01
China	1323.64	62.62	27.79	34.83	85.3	55.6	5.84	10.35	3.85
India	1119.54	18.47	3.64	14.83	54.2	80.3	1.13	5.44	0.21
Japón	128.22	122.33	43.02	79.32	94.9	64.8	26.55	68.27	20.09
Kuwait	2.77	107.56	18.99	88.57	100.0	82.3	10.54	29.53	0.93
Líbano	3.61	49.38	18.85	30.53	90.0	61.8	8.58	26.28	4.70
Myanmar	51.01	1.17	0.93	0.42	24.2	20.3	0.01	0.18	-
Taiwan, China	22.80	165.55	63.58	101.97	95.4	61.6	30.84	63.68	19.76
Total Asia	3892.77	44.92	15.81	29.28	73.6	64.8	4.80	11.57	2.71

M: Millones

Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones

Europa

Europa es una de las regiones que tiene los indicadores más elevados a nivel mundial en relación a la telefonía, telefonía móvil e Internet. Aún así se observan ciertas diferencias, que evidencian que en el continente se ponen de manifiesto algunas brechas entre determinados países (ver *Tabla 12*).

El total de suscriptores de teléfono por cada 100 habitantes supera el índice de 130, salvo en el caso de Macedonia y Montenegro, que tienen 93.65 y 11.19 respectivamente. Los valores más elevados los poseen el Reino Unido, Alemania y Suecia con 172.54, 167.44 y 165.45 por cada 100 habitantes. Sin embargo, las líneas telefónicas bajan sus índices en comparación con los suscriptores. Los más altos los mantienen Alemania, Suecia y Reino Unido con 65.53, 59.52 y 56.15 líneas por cada 100 habitantes. Los más bajos le pertenecen a Montenegro, Macedonia y Ucrania con 3.37, 24.10 y 26.84.

En el caso de los suscriptores de telefonía móvil, la mayoría de los países ocupan un porcentaje superior a 85%. Tal es el caso de: Alemania, Bélgica, Francia, Holanda, Noruega, Reino Unido, Suecia y Ucrania. No obstante, mientras Reino Unido y Noruega tienen 116.39 y 108.57 suscriptores de telefonía móvil por cada 100 habitantes, Montenegro y Macedonia tienen 7.83 y 69.56 respectivamente.

De nuevo el número de suscriptores y usuarios de Internet por cada 100 habitantes ubican a Macedonia (6.39 suscriptores y 13.15 usuarios), Montenegro (0.84 suscriptores y 2.53 usuarios) y Ucrania (0.48 suscriptores y 12.06 usuarios) con los indicadores más bajos de la región. Holanda, Suecia y Noruega tienen los índices más elevados con 43.14 y 88.87, 38.27 y 76.97, y 32.72 y 87.76 suscriptores y usuarios respectivamente, demostrando que en Europa también existen brechas entre países.

Tabla 12 – Europa

Acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación en 10 países de Europa en el año 2006

País	Población (M)	Telefonía		Telefonía móvil			Internet		
		Total de suscriptores de teléfono por cada 100 habitantes	Líneas telefónicas principales por cada 100 habitantes	Suscriptores de telefonía móvil por cada 100 habitantes	% de telefonía móvil digital	% del total de suscriptores de teléfono	Suscriptores de Internet por cada 100 habitantes	Usuarios de Internet por cada 100 habitantes	Suscriptores de banda ancha por cada 100 habitantes
Alemania	82.72	167.44	65.53	101.92	94.0	60.9	24.19	46.67	17.03
Bélgica	10.44	137.76	45.21	92.55	97.9	67.2	23.40	45.66	19.13
Francia	60.72	140.90	55.82	85.08	93.1	60.4	25.12	49.57	20.91
Holanda	16.37	143.78	46.63	97.15	100.0	67.6	43.14	88.87	31.72
Macedonia	2.04	93.65	24.10	69.56	100.0	74.3	6.39	13.15	1.79
Montenegro	10.50	11.19	3.37	7.83	575.5	69.9	0.84	2.53	0.25
Noruega	4.64	152.84	44.27	108.57	100.0	71.0	32.72	87.76	27.54
Reino Unido	59.85	172.54	56.15	116.39	100.0	67.5	27.70	56.03	21.71
Suecia	9.07	165.45	59.52	105.92	93.3	64.0	38.27	76.97	25.87
Ucrania	45.99	133.56	26.84	106.72	...	79.9	0.48	12.06	-
Total Europa	813.40	133.95	39.71	94.29	86.8	70.4	15.16	35.73	11.02

M: Millones

Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones

Oceanía

La región menos poblada del mundo es la que posee parte de los indicadores más altos de acceso a las tecnologías de la información y comunicación junto con Europa. Se trata de Oceanía, que sin embargo presenta marcadas brechas entre algunos países del continente (ver Tabla 13).

Es posible conseguir naciones con menos de 40 suscriptores de teléfono por cada 100 habitantes, como: Fiji (37.44), Kiribati (5.68), Micronesia (23.91), Papúa Nueva Guinea (2.36) y Tuvalu (20.86). Los índices más altos los tienen dos de las zonas más pobladas de la región: Australia con 145.83 y Nueva Zelanda con 130.53. No obstante, las líneas telefónicas principales muestran valores bajos. En la mayoría de los países el indicador es inferior a 14%. Tal es el caso de: Fiji, Kiribati, Micronesia, Papúa Nueva Guinea, Tonga y Tuvalu. Sólo Australia, Nueva Zelanda y la Polinesia Francesa poseen 48.81, 42.91 y 20.65 líneas por cada 100 habitantes respectivamente.

La telefonía móvil también es una de las más usadas en Oceanía. Australia con 97.02% y Nueva Zelanda con 87.61% son los países con mayor acceso. En el otro extremo se encuentran Kiribati y Papúa Nueva Guinea con 0.68 y 1.27 suscriptores por cada 100 habitantes.

En el caso de los suscriptores de Internet sólo Australia con 32.65% y Nueva Zelanda con 29.72% tienen indicadores superiores a 20%. El resto de las naciones tiene valores inferiores a 9%. Así ocurre con: Fiji, Kiribati, Micronesia, la Polinesia Francesa, Tonga y Tuvalu con 1.57, 0.87, 2.09, 8.39, 1.74 y 3.09 suscriptores por cada 100 habitantes respectivamente.

La población de Australia equivale a 61% de la población de Oceanía y la de Nueva Zelanda a 12,2%. Juntos tienen 73.2% de los habitantes de la región. Por eso es que a pesar de que existe un gran número de países con indicadores bajos, la balanza en el continente mantiene un nivel elevado de acceso a las tecnologías de la información y comunicación.

Tabla 13 - Oceanía

Acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación en 10 países de Oceanía en el año 2006

País	Población (M)	Telefonía		Telefonía móvil			Internet		
		Total de suscriptores de teléfono por cada 100 habitantes	Líneas telefónicas principales por cada 100 habitantes	Suscriptores de telefonía móvil por cada 100 habitantes	% de telefonía móvil digital	% del total de suscriptores de teléfono	Suscriptores de Internet por cada 100 habitantes	Usuarios de Internet por cada 100 habitantes	Suscriptores de banda ancha por cada 100 habitantes
Australia	20.37	145.83	48.81	97.02	93.2	66.5	32.65	75.12	19.15
Fiji	0.85	37.44	13.27	24.17	100.0	64.6	1.57	9.36	0.83
Guaján	0.17	59.39	38.46	...
Kiribati	0.09	5.68	5.11	0.68	...	10.0	0.87	2.15	-
Micronesia Nueva	0.11	23.91	11.22	12.70	-	53.1	2.09	14.39	0.04
Zelanda	4.06	130.53	42.91	87.61	100.0	67.1	29.72	78.77	14.18
Papúa Nueva Guinea	6.00	2.36	1.08	1.27	...	54.1	...	1.83	-
Polinesia Francesa	0.26	79.16	20.65	58.51	57.2	73.9	8.39	25.02	7.01
Tonga	0.10	43.57	13.73	29.84	100.0	68.5	1.74	3.02	0.64
Tuvalu	0.01	20.86	8.48	12.38	...	59.4	3.09	16.19	0.29
Total Oceanía	33.37	109.33	36.57	72.57	93.1	66.5	29.34	57.16	13.69

M: Millones

Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones

América

En América, los indicadores de las tecnologías de la información y comunicación no son tan bajos como en África y Asia. Sin embargo, el continente también alberga un gran número de países en desarrollo y brechas entre las diferentes naciones. Se puede decir que América como región se ubica entre los dos extremos de acceso y desarrollo tecnológico.

Entre los suscriptores de teléfono Estados Unidos tiene 134.55, Canadá 116.63 y Argentina 104.69 por cada 100 habitantes, mientras que Honduras y Brasil tienen 40.06 y 67.63 respectivamente. La situación se repite con las líneas telefónicas por cada 100 habitantes, distribuyéndose los indicadores de la siguiente manera: 64.12 Canadá, 59.26 San Cristóbal y Nevis, 15.49 Venezuela y 9.62 Honduras (ver *Tabla 14*).

La telefonía móvil es también la más usada en América. En la mayoría de los países ocupa del total de suscriptores de teléfono, un porcentaje superior a 70%. Tal es el caso de: Argentina, Brasil, Colombia, Honduras, San Vicente y las Granadinas y Venezuela. Sin embargo, mientras Argentina y Estados Unidos tienen 80.52 y 77.40 suscriptores de telefonía móvil por cada 100 habitantes, San Cristóbal y Nevis y Honduras tienen 23.70 y 30.44 respectivamente.

De igual forma, el número de suscriptores y usuarios de Internet ponen de manifiesto diferencias entre los países: en Estados Unidos es de 21.32 y 69.10, en Canadá es de 24.68 y 67.89, en Venezuela es de 2.79 y 15.21 y en Honduras es de 0.39 y 4.58 por cada 100 habitantes. Haití, Nicaragua y Honduras son considerados en un estudio de Naciones Unidas como los países de bajo acceso digital de la región (2005:124).

Tabla 14 - América

Acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación en 10 países de América en el año 2006

País	Población (M)	Telefonía		Telefonía móvil			Internet		
		Total de suscriptores de teléfono por cada 100 habitantes	Líneas telefónicas principales por cada 100 habitantes	Suscriptores de telefonía móvil por cada 100 habitantes	% de telefonía móvil digital	% del total de suscriptores de teléfono	Suscriptores de Internet por cada 100 habitantes	Usuarios de Internet por cada 100 habitantes	Suscriptores de banda ancha por cada 100 habitantes
Argentina	39.13	104.69	24.17	80.52	...	76.9	6.97	20.91	4.01
Brasil	188.88	67.63	20.54	52.90	86.1	72.0	8.87	22.55	3.14
Canadá	32.57	116.63	64.12	52.51	65.6	45.0	24.68	67.89	23.57
Colombia	46.28	81.31	17.00	64.31	100.0	79.1	1.92	14.49	1.36
Dominica	0.07	88.08	29.40	58.68	100.0	66.6	8.44	...	4.56
Estados Unidos	301.03	134.55	57.15	77.40	90.0	57.5	21.32	69.10	19.31
Honduras	7.36	40.06	9.62	30.44	15.2	76.0	0.39	4.58	-
San Cristóbal y Nevis	0.04	82.96	59.26	23.70	...	28.6	11.17	24.28	1.21
San Vicente y las Granadinas	0.12	92.67	19.03	73.64	80.6	79.5	5.48	8.40	4.72
Venezuela	27.22	84.53	15.49	69.04	...	81.7	2.79	15.21	1.97
Total América	901.47	93.22	32.43	61.95	64.0	65.6	11.40	37.02	8.93

M: Millones

Fuente: Unión Internacional de Telecomunicaciones

En Venezuela, como ya fue señalado, el acceso a telefonía móvil ocupó 31,7% de los hogares en el último censo de 2001, al igual que el acceso a Internet sólo llegaba a 4,38% de las viviendas (Instituto Nacional de Estadística, 2001). Así mismo, los indicadores de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) evidencian el crecimiento de las tecnologías de la información y comunicación en el país: mientras que en el año 2001 había 2.704.921 (10,94%) suscriptores de telefonía fija local, en 2006 la cifra aumentó a 4.216.874 (15,47%) (CONATEL, 2008).

En el caso de la telefonía móvil el crecimiento es más llamativo, siendo la tecnología más usada en Venezuela. En el año 2002 había sólo 6.541.894 (25,96%) suscriptores de telefonía móvil, en 2005 12.495.721 (46,79%), en el

cuarto trimestre de 2006 18.789.466 (68,93%), en el cuarto trimestre de 2007¹⁹ 23.820.133 (86,76%) y ya para el primer trimestre de 2008 la cifra alcanzó un total de 24.405.387 (88,53%). Esto significa que “se dispone aproximadamente de 89 líneas de telefonía móvil por cada 100 habitantes” (CONATEL, 2008). Así mismo, del total de suscriptores, 94,48% tienen la modalidad prepago²⁰.

Con respecto a Internet el número de suscriptores incrementó de 304.769 en el año 2001 a 759.846 en 2006 y a 1.061.57 en el primer trimestre de 2008²¹. “En el I trimestre de 2008, el total de suscriptores aumentó en 39,09% respecto al mismo período del año 2007. La modalidad banda ancha se incrementó en 52,53%, mientras que se reduce el uso de la modalidad discado en 11,30% durante el mismo período de tiempo” (CONATEL, 2008).

La cifra de los usuarios de Internet también ha crecido. Mientras que en el año 2000 había 820.022 (3,38%), en 2002 alcanzó 1.243.520 (4,93%), en 2004 2.207.136 (8,43%), en 2006 3.951.119 (14,50%) y para el primer trimestre de 2008, 5.940.426 (21,55%).

Los datos presentados por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) además de evidenciar el crecimiento de las tecnologías de la información y comunicación en Venezuela, son similares a los de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), que señalaba que para el año 2006 el país tenía 15,59% líneas telefónicas, 69,04% suscriptores de telefonía móvil y 15,21% usuarios de Internet. Sin embargo, faltan algunos indicadores que serían interesantes para la comparación como: los suscriptores de banda ancha, el porcentaje de telefonía móvil digital y el porcentaje de telefonía móvil del total de suscriptores de teléfono, que son usados por la UIT, pero que Conatel no los incluye.

No todos los indicadores se muestran por Entidad Federal, por lo que no es posible comparar en algunos los casos las diferencias en los niveles de acceso por

¹⁹ Las cifras de 2007 y 2008 corresponden a cifras preliminares de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones

²⁰ La modalidad prepago en la telefonía móvil funciona a través del pago anticipado del servicio mediante la compra de tarjetas prepago o el depósito de saldo a través de centros especializados o Internet.

²¹ Las cifras de 2006 y 2008 corresponde a cifras preliminares de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones

Estado. Sólo en los valores de los suscriptores de Internet se encuentran estos datos, que ponen de manifiesto algunas diferencias: de los 759.785 suscriptores registrados en 2006, Distrito Capital (213.906) y Miranda (144.733) concentran 47,2% del total (esto se debe a que son los Estados más poblados de Venezuela). Sin embargo, Amazonas y Delta Amacuro suman 2270 suscriptores (0,3%) (CONATEL). Esto no sólo expresa las diferencias de acceso entre las regiones, sino la necesidad de descentralización y del desarrollo de los diferentes estados del país.

En relación con los indicadores internacionales, una investigación de la Unión Internacional de Telecomunicaciones titulada *“Did you know that...”*, complementa las cifras antes presentadas, al señalar que para finales de 2006, sólo sobre 10% de la población mundial en países en desarrollo usaba Internet, comparada con 60% aproximado en los países desarrollados. En el mismo año, menos de 5 de cada 100 africanos usaba Internet, comparado con un promedio de 1 de cada 2 habitantes en los países del G8 (Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Rusia, Reino Unido y Estados Unidos), que aunque alcanzan 13% de la población mundial, tienen más de 40% del total de usuarios de Internet a nivel mundial. (2006) Todo esto pone en evidencia, parte de lo que se conoce como la *“brecha digital”*.

Entre la sociedad, el acceso y el conocimiento: la “brecha digital”

Los indicadores antes presentados, introducen una de las perspectivas de la *“brecha digital”*. Ésta corresponde al problema del acceso a las tecnologías de la información y comunicación, primera visión que se le otorgó a este término, que aún permanece en construcción y que presenta diferentes ópticas de análisis. Se trata de un vocablo reciente y que inicialmente englobaba a la distancia entre dos ó más personas, países, como consecuencia de las posibilidades desiguales de acceder o usar las tecnologías, afectando las relaciones humanas.

Francisco Pellegrino la definía entonces en el año 2003 como *“la manifiesta desigualdad entre los países severamente rezagados o con muchas limitaciones en los aspectos de lo “digital” y aquellos que han logrado 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” (2003:5).

En este sentido, algunos autores consideran este problema de acceso como algo más complejo y que la distancia se genera a causa de otras brechas existentes dentro de cada realidad social particular de los países, así como determinan que los efectos de la “brecha digital” afectan a todos los sectores de la sociedad, comenzando por el plano económico. “La mayor competencia internacional no genera casi nunca la oportunidad de acceder equitativamente a mercados más amplios ni en la producción agrícola, ni en la industrial, ni mucho menos en los servicios ligados a tecnologías de punta. La desigualdad inicial se vuelve abismo entre estos intercambios” (García Canclini, 2006: 196).

Cuando las diferencias sociales, los problemas políticos y económicos le impiden a algunos sectores de la sociedad adquirir las nuevas tecnologías o acceder a ellas a través de centros, se producen diferentes niveles de acceso a la información, estableciendo nuevas distancias, entre aquellos que pueden hacer uso de las nuevas tecnologías y aquellos a quienes se les dificulta. Así mismo, se observa en ocasiones que en centros rurales, no existe la infraestructura adecuada, y por lo tanto no se da una posibilidad real de acceder a la información por esta vía. En consecuencia, la brecha entre el campo y la ciudad se intensifica y el éxodo rural es también un producto tecnológico, además de responder a las tradicionales motivaciones económicas y sociales.

El idioma aparece también en el tapete. Para septiembre de 2004 según *Global reach*, los usuarios en línea en Internet por idioma se distribuían del siguiente modo: Inglés 35.2%, Chino 13.2%, Español 9%, Japonés 8.4%, Alemán 6.9%, Francés 4.2%, Coreano 3.9%, Italiano 3.8%, Portugués 3.1%, Holandés 1.7%, Otros 10.6% (2004).

Sin embargo, la distribución de los idiomas en las páginas de Internet para el año 2002, de acuerdo con *Tendencias digitales*, era como se expresa a continuación: Inglés 68,39%, Chino 3,87%, Japonés 5,85%, Español 2,42%, Alemán

5,77%, Francés 2,90%, Coreano 1,29%, Italiano 1,56%, Portugués 1,37%, Otros 6,58%.

El tema del manejo de las tecnologías se entremezcla en este punto en el que el acceso no sólo limita la posibilidad de obtener informaciones que pueden ser provechosas o no para el individuo, sino que afecta el acceso a ciertas actividades económicas que se ven beneficiadas por las mismas:

El verdadero problema se traslada entonces al acceso y a la habilidad de codificación y decodificación. Las posibilidades materiales de acceso a producir, procesar, almacenar, distribuir, recibir, buscar, decodificar la información, pasan entonces a ser parte de los procesos críticos que involucran el desarrollo de la sociedad informacional. Consecuentemente, las políticas de liberalización, desregulación y fomento de la competitividad internacional no son instrumentos neutrales sino que tienen repercusiones concretas que afectan y limitan los niveles de accesos sociales (y en consecuencia, comunicativos) (Becerra, 2003: 21).

De este modo, la “brecha digital” trasciende la definición tradicional que responde al aspecto de poseer o no la infraestructura, a esa “distancia “tecnológica” entre individuos, familiares, empresas, grupos de interés, países y áreas geográficas en sus oportunidades de 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: 117). Se trata también de la posibilidad de usarlas, de poder insertarse en las dinámicas económicas y sociales generadas a partir de las mismas, de los contenidos y cómo los servicios pueden contribuir o no con la calidad de vida y con el desarrollo, incluyendo necesariamente una visión más humana, que supere las estadísticas y la econometría.

Como refiere Alejandro Pisanty se requiere un conjunto de condiciones personales y sociales como el entrenamiento para el uso de la tecnología, el uso del lenguaje, y una cultura acerca de la información específica: “más allá de proveer acceso físico a las redes, sea a hogares individuales o a centros de la comunidad (escuelas, centros de salud, bibliotecas, telecentros, etc) empieza la aventura de proveer los demás componentes de una agenda integral de acceso a las redes, a la información, a la comunicación y a sus beneficios” (2004).

La dimensión de la “brecha digital” supera el tema de la infraestructura e involucra un sentido social, político, educativo y cultural. Obtener beneficios a partir

del uso de las tecnologías de la información y comunicación va más allá del simple hecho de poseerlas. Es necesario saber manejarlas, distinguir entre los contenidos como la llamada basura (*spam*) y los servicios útiles. Así entra otro concepto que algunos autores han denominado el “analfabetismo digital”, que corresponde a la imposibilidad de operar las tecnologías a pesar de poseerlas. “Este representa un riesgo en una economía que ha hecho de las herramientas tecnológicas su principal estrategia competitiva, y que conduce a la brecha digital” (Arredondo, 2001).

La sociedad sufre nuevamente una división, que corresponde a la entrada y a los beneficios obtenidos en el “espacio virtual”. Surge entonces lo que se ha llamado el info-pobre, aquel individuo que no tiene acceso a la información facilitada por las nuevas tecnologías o que hace uso de la infraestructura sin obtener información alguna que pueda ser conocimiento potencial; y el info-rico, que sí hace uso de las tecnologías y accede a las ventajas que las mismas le pueden proporcionar, abriendo el camino hacia el conocimiento y posibilidades de intercambio y producción de información.

Se presentan así diferentes niveles de acceso a las tecnologías de la información. Igualmente la situación de la velocidad aparece como elemento generador de desigualdades. No es sólo que se acceda a Internet y a qué información se acceda, sino también cómo se acceda. En este punto entra el tema de la banda ancha, y la capacidad que la misma ofrece a sus usuarios de bajar datos, intercambiar contenidos y generarlos a mayor velocidad.

La llamada revolución de la información contemporánea convierte a todos los nacionales del planeta en candidatos a una nueva versión de la modernización. Se distribuye el mundo entre lentos y rápidos. La velocidad se convierte en el juicio de autoridad que crea un mundo sin leyes en el que está abolida la cosa política (Mattelart, 2002: 163).

En consecuencia, la definición de la “brecha digital” aunque aún goza de un gran número de visiones y se ha reconstruido, planteando que no se trata sólo de una división entre países, sino también entre personas, asumiendo una escala global y encontrándose inmersa en el complejo flujo de redes, ha superado el concepto del acceso e incluye también aspectos como la calidad de los contenidos

y de las conexiones. Como refiere Raúl Trejo Delarbre: “el desarrollo tecnológico obligó a ampliar la definición de brecha digital, a la que hoy en día se considera como la separación entre quienes tienen y quienes no tienen:

- Acceso a Internet y otras tecnologías
- Acceso a conexiones de banda ancha
- Instrucción suficiente para utilizar creativa y activamente esas tecnologías
- Capacidad para producir y no solamente consumir contenidos
- La libertad necesaria para emplear esos recursos de comunicación e información sin restricciones ni censura algunas” (2006: 47).

En este contexto entra el tema del desarrollo y cómo las tecnologías, la información y la comunicación pueden o no ser aliados de los países en desarrollo. Es necesario considerar las opciones y las maneras de acceso a los contenidos, que trascienden Internet para más de 80% de la población mundial, que aún no entra dentro del renglón de usuarios de esta plataforma. En este terreno se incluyen los medios de comunicación social. Aníbal Ford plantea que es necesario trabajar en ambos polos (los que tienen la posibilidad de acceder y usar las tecnologías y los que no la tienen) y que no se debe dejar de lado la “información socialmente necesaria” para el desarrollo de acuerdo a los contextos culturales particulares (2002).

Por su parte, Javier Villate agrega que “sin embargo, por muy prioritarias que sean las necesidades de comida, salud, seguridad y paz, todavía debe incluirse en cualquier plan de desarrollo la promoción del acceso a las comunicaciones digitales, aunque sea en un lógico orden de prioridades. A fin de cuentas, las tecnologías de la información y comunicación pueden ayudar a las economías de los países en desarrollo, a la comercialización de los productos de los agricultores, a la atención médica en las zonas rurales remotas, a la educación de los niños y jóvenes” (2000).

Dentro de este panorama en el que las desigualdades siguen presentes, se hace necesaria “una economía impulsada por la capacidad de aprendizaje y generación de conocimientos, capaz de operar dentro de las redes globales de

valor y apoyada por instituciones políticas legítimas y eficaces. El interés general de la humanidad sería que encontráramos un modelo ajustado a dichos criterios mientras aún estemos a tiempo de evitar el drama de un planeta dividido por su propia creatividad” (Castells, 2001: 339).

La comunicación, el lenguaje y el idioma aparecen como puntos de conexión y distanciamiento, en un momento en el que la sociedad requiere de lo humano, clama superar la alucinación producida por las tecnologías para afrontar la realidad de un mundo dividido, separado, pero al mismo tiempo integrado y global, de un período paradójico en el que los países en desarrollo necesitan de herramientas para perseguir niveles óptimos de estabilidad política, económica y social (incluidas las tecnologías de la información y comunicación).

En una época caracterizada por el cambio constante y por las particularidades, además de las políticas públicas, los medios de comunicación se constituyen como actores importantes en su papel de ser otra puerta a la información, una ventana a la expresión de las comunidades y mediadores por naturaleza para poner en común y dar a conocer los problemas, las necesidades y las demandas de la sociedad.

Medios como actores para el desarrollo

El panorama de desigualdades no sólo se presenta a nivel tecnológico. La pobreza y la calidad de vida son algunos temas que han estado en discusión y que llevaron a la creación de las Metas del Milenio por parte de las Naciones Unidas. En este sentido, el desarrollo ha permanecido como un paradigma, que se ha constituido en diversos momentos históricos (después de la Segunda Guerra Mundial) como el norte para acabar con estas diferencias y para mejorar las condiciones de los países en el mundo. En este contexto se inscribe también la “brecha digital”. Se trata de un concepto con muchas aristas, inmerso en un terreno global, en el que si bien los países aún existen, las nociones de espacio y tiempo han cambiado y han replanteado cuáles deberían ser los caminos a seguir o las condiciones en las que se debe planificar el futuro de la sociedad, un momento

en el que la instantaneidad, los cambios, las tecnologías y el hombre continuarán conviviendo y constituyendo un entorno complejo.

Para Wallerstein la idea de desarrollo, que surge con el concepto de “revolución industrial”, ha tenido una gran influencia, ha sido muy confusa y en consecuencia, ha generado falsas expectativas, tanto a nivel intelectual como político. “Y no obstante pocos están dispuestos a impensar este importante concepto” (1999: 4).

Entre las teorías del desarrollo de modernización, dependencia y multiplicidad u otro desarrollo han surgido enfoques mixtos. Si bien antes se tenía una noción centrada en el aspecto económico, se han generado visiones que consideran las realidades particulares, el sentido humano, la cultura, resaltando que se trata de un tema complejo y que abarca muchas áreas. Amartya Sen ha expresado que éste no puede ser medido sin tener en cuenta el estilo de vida que pueden llevar las personas y sus libertades reales: “el concepto de desarrollo no puede limitarse al crecimiento de objetos inanimados de conveniencia, como incrementos del PNB (o del ingreso personal), o la industrialización, o el progreso tecnológico, o la modernización social. Si bien estos son logros importantes – a menudo cruciales – su valor debe estar relacionado con el efecto que tienen en las vidas y libertades de las personas a quienes atañen” (2008: 5).

Así mismo para Gonzalo Escibano la definición de desarrollo trasciende el ámbito económico, incorporando connotaciones políticas y sociales. “En los últimos años, el propio concepto de desarrollo se amplía hasta introducir la dimensión individual, humana, más allá incluso del concepto de desarrollo humano. El énfasis se desplaza hacia las personas y los aspectos contemplados trascienden los indicadores sanitarios y educativos para incluir las “capacidades” del ser humano para decidir su propio destino” (s/f: 11).

De este modo, el capital social y la participación son elementos claves para el desarrollo. Aunque se presente una nueva tendencia denominada post-desarrollo que considera que la modernización y el desarrollo no son posibles ni deseables para los países en desarrollo, los cuales deben generar sus propios fines y

permanecer ajenos a la modernidad occidental (Escribano); el eje de las discusiones continúa estando en el hombre y la economía. De esta última visión “post-moderna”, se puede rescatar la consideración que se debe hacer a las realidades particulares de las regiones y países (culturales, sociales y políticas) al momento de crear políticas públicas y planes que promuevan mejoras en diferentes ámbitos.

En torno a este “desarrollo humano” en el que el hombre y su participación juegan una función preponderante, la comunicación adquiere también un papel. Los medios de comunicación social aparecen como transmisores de información periodística y canales que se vinculan con la sociedad y permiten mostrar su realidad y necesidades, así como presentar rostros y darles la voz. Son espacios de ideas, mediadores por naturaleza entre lo que ocurre y su audiencia. Por lo tanto, sus aportes para el desarrollo pueden ser diversos.

Ya en 1995, el sociólogo Neil Smelser, escribía sobre las implicaciones de la transmisión por satélite en la televisión, que socavaba la posibilidad de que las naciones mantuviesen en secreto sus fuentes de inestabilidad política interna. “La capacidad de proporcionar una información instantánea plantea dos problemas a las naciones: 1) somete inmediatamente al país afectado al juicio de la opinión mundial o, más exactamente, de la prensa mundial, y b) proporciona “municiones” potenciales y políticas a los grupos que ambicionan el poder en todos los países y que son objeto de la labor informativa de los medios de comunicación, lo que probablemente complica los problemas políticos de esos países” (Smelser, 1995).

Los avances tecnológicos han contribuido cada vez más a abrir ventanas al mundo. En el caso de Internet, la instantaneidad, la interactividad y la transmisión de mensajes, también permiten mostrar lo que está sucediendo. En este contexto, los generadores de contenido, no siempre son los periodistas. Los usuarios también tienen la posibilidad de elegir, producir sus textos a través de los *blogs*²², opinar y participar sobre los acontecimientos más recientes, presentando diversos tipos de informaciones con diferentes calidades en sus contenidos y presentación,

²² Los blogs son espacios creados por los usuarios de Internet en los cuales ellos mismos crean sus contenidos y pueden opinar sobre diversos temas

planteándose el tema de la veracidad como punto de discusión. Así existen varios medios que muestran lo que ocurre en el mundo, las necesidades de las naciones, la labor humana, siendo posibles medidores para la sociedad de lo que sucede y espacios para la expresión política, social y cultural, espacios que también pueden llamar a la acción y a la participación.

Entre los principios del otro desarrollo se encontraban la erradicación de la pobreza, ser endógeno y autónomo, y estar en armonía con el medio ambiente (Servaes, 2000: 14). De este modo, en el terreno de la comunicación en paralelo al surgimiento de las diversas teorías del desarrollo, nacieron modelos de la comunicación para el desarrollo, planteando cómo este sector interviene en el proceso y los aportes que puede realizar para la sociedad.

Luis Ramiro Beltrán definió la comunicación para el desarrollo en 1993 como: “la noción de que los medios masivos tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico” (1993). Aunque esta visión corresponde a uno de los lineamientos que ha guiado esta tendencia, las discusiones han agregado nuevas aristas, que se centran en la participación como elemento clave para el desarrollo, resaltando “la importancia de la *identidad cultural* de las comunidades locales y de la *democratización y participación* en todos los niveles – internacional, nacional, local e individual” (Servaes, 2000: 20).

Se parte entonces de la consideración de las particularidades. La comunicación va a estar más orientada en el receptor y buscará divulgar información para la cual existe una necesidad. El acceso, la participación y la autogestión, así como el énfasis en el proceso de comunicación, serán las guías, resaltando de este modo el sentido antropocéntrico de la información periodística. Aparecen en este entorno los medios comunitarios y formas de comunicación alternativa, que funcionan en paralelo a los medios de comunicación social tradicionales (Servaes, 2000: 21, 24).

Por lo tanto, han surgido diversas iniciativas de la comunicación para el desarrollo, algunas aún centradas sólo en la premisa de la difusión de contenidos que puedan promover acciones sociales y otras que buscan impulsar la participación de las comunidades. En el caso del Grupo del Banco Mundial, se ha promovido una comunicación que consiste en: “difundir información a públicos específicos, escuchar sus necesidades e inquietudes y responder apropiadamente. Ya sea que se esté discutiendo un proyecto específico o un programa de reformas más amplio – desde salud, educación o desarrollo rural hasta desarrollo del sector privado, o reforma financiera o judicial – la idea es construir el mayor consenso posible, mejorando para ello el grado de entendimiento público y promoviendo un diálogo informado entre todas las partes involucradas” (Grupo del Banco Mundial).

También el Instituto de Comunicación para el Desarrollo centra sus actividades en la investigación, producción y elaboración de estrategias, proyectos y productos de comunicación que promueven el crecimiento ciudadano y la mejora de la calidad de vida. Entre sus líneas de acción se encuentran: comunicación y medio ambiente; comunicación, política y democracia; y comunicación y derechos humanos. A través de sus proyectos buscan el desarrollo de capacidades locales, teniendo como principal preocupación el aporte de la comunicación al cambio social.

A pesar de esto, varios teóricos han hecho referencia a la falta de continuidad y a la pérdida del norte de este tipo de proyectos: “Muchos si no la mayoría, han concluido al cabo de pocos meses o años, a menudo en el anonimato. Otros lograron permanecer a flote por más tiempo, pero parecieron perder dirección y vagar sin rumbo sin jamás lograr lo que se habían propuesto...” (Mayo, citado por Beltrán, 1993: 10)

Son varias las necesidades que han surgido en la promoción del desarrollo, que involucran tanto a la comunicación como a las nuevas tecnologías. Entre ellas, además de considerar las particularidades del entorno, impulsar la participación y contribuir en el fortalecimiento de las capacidades para darle continuidad a los proyectos y hacerlos sostenibles en el tiempo, Bibiana Apolonia del Brutto ha considerado: potenciar la generación de conocimientos y capacidades necesarias

para utilizar el potencial de las TICs para el desarrollo humano, integrar una visión de interés social de las TICs en las visiones dominantes de interés comercial y gubernamental y fortalecer las alianzas entre estado, sociedad civil y empresa privada como manera de materializar la visión social de Internet en políticas y acciones concretas para el desarrollo (2001).

Igualmente, Luis Ramiro Beltrán, ha hecho énfasis en el enseñar a pescar y no limitarse a regalar pescados: conjugar la conciencia social con la pasión por el planeamiento, combinar las aptitudes técnicas y las percepciones políticas, y persuadir a las escuelas claves de comunicación para que incluyan la comunicación para el desarrollo en sus programas, propiciando en ellas y en otras instituciones investigaciones en comunicación dirigidas hacia el desarrollo democrático (1993: 21). Este aspecto, atacaría parte del problema que algunos teóricos han expresado con respecto a la negativa de los empresarios a plantearse la comunicación para el desarrollo. La conciencia por parte de otros actores en este tema, como los comunicadores, comienza por su formación, hecho que motivaría un ejercicio responsable y ético de su parte a través de los medios.

La revisión debe iniciarse entonces en las fallas de los programas para el desarrollo anteriores, así como en la reafirmación de la consideración de las particularidades, las necesidades específicas de las comunidades, su necesidad de acceso a la información y la capacitación para su comprensión, manejo, difusión y participación en diferentes procesos. No obstante, hay que resaltar que el rol de los medios de comunicación, se centra en la tarea informativa, que involucra a estas actividades. La parte de capacitación y formación, incluye a los estados, las Organizaciones No Gubernamentales y las políticas públicas, siendo estas últimas fundamentales en este proceso.

En este sentido, en la Carta de los Derechos Civiles para una Sociedad del Conocimiento Sustentable, una propuesta llevada a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 - Túnez 2005) que no llegó a concretarse, se mencionaba esta capacitación entre uno de los objetivos a seguir por los estados: “el establecimiento de puntos de acceso público y el fomento de la capacitación en el uso de la información y de los medios de comunicación permitirá

a las personas, tanto en países desarrollados como en los países en vías de desarrollo, orientarse en el mundo de los medios de comunicación, evaluar los contenidos, producir contenidos propios y aprovechar la información para su desarrollo y su bienestar personal”.

Además es necesario incluir el tema de la “brecha digital” en este contexto de comunicación para el desarrollo. Como ya se ha mencionado anteriormente, existe un gran grupo que no tiene acceso a la información difundida por Internet, aunque sí tienen contacto con otras formas de comunicación y otros medios. En este sentido, siguen siendo actores importantes, aunque no se les debe ni endiosar ni satanizar. Se ha tendido a “exagerar el poder real de la prensa, la radio, la televisión y el cine, a inflar su capacidad de influencia para el bien o para el mal. Al hacer esto, nos olvidamos que hacía mucho tiempo la teoría científica nos había advertido que los medios de comunicación masiva no poseían poderes hipodérmicos para hipnotizar a las personas y someterlas por cuanto sus efectos se canalizaban, en última instancia, por medio de la comunicación interpersonal” (Beltrán: 1993, 21).

En este contexto, se hace necesaria mayor proximidad a la gente, “el comunicador para el desarrollo deberá dedicar más tiempo al trabajo de campo” (Servaes, 2000: 21), inmerso en una dinámica en la que la interactividad, los desequilibrios en los recursos comunicativos, la inmediatez y el cambio constante se encuentran a la orden del día. Mayor participación y no abandonar una de las fuentes informativas claves en las dinámicas comunicativas: las personas, son importantes para no tecnificar los procesos de comunicación. Así mismo, más allá de las políticas públicas, los medios funcionan como ventanas a la información, como voces del entorno, como espacios para la expresión de las necesidades sociales, como sensor del pulso local y global, reafirmando en consecuencia su valor en el presente y planteando constantemente retos, que se suman y muchas veces parten de su responsabilidad social tradicional.

A parte de esto, con la aparición de las nuevas tecnologías, la información vence las barreras espacio-temporales, pasando a estar a un mayor alcance potencial de todos. Sin embargo, esto no sucede con el conocimiento. Este hecho

supone nuevos desafíos para el comunicador, quien en el presente debe seguir cumpliendo con su rol social, sin dejar de lado los principios éticos y tener en cuenta la producción de información que pueda generar conocimiento. Es por ello que el profesional del presente debe enfrentarse a una realidad con nuevos y viejos retos.

En un entorno en el que los periodistas no son los únicos que producen información, los comunicadores deben comprender esto, así como su compromiso y valor para la sociedad. La superabundancia de información, plantea por una parte el tema de la emisión de información confiable, así como también, la lucha contra la homogeneización de los profesionales reducidos a piezas de una máquina de vender noticias o funcionarios de una institución (pública o privada). El periodista reaparece como intérprete de la realidad, reafirmando su importancia, que además de darle voces al mundo a través de los medios, puede constituirse en un camino a su comprensión.

Para reducir la “brecha digital” no sólo es necesario el acceso, sino la capacitación y la difusión de contenidos relacionados con las tecnologías. En este punto, además del papel del estado y las políticas públicas, los medios de comunicación pueden dar a conocer informaciones vinculadas. Además el comunicador debe asumir que la tecnología es una herramienta, que puede apoyar el proceso de comunicación, pero que no puede depender totalmente de ella. Es importante también que comprenda que en el vínculo de la comunicación para el cambio social, el trabajo con las culturas es esencial, requiriendo una sensibilidad muy especial para apoyar el proceso de cambio social en el mundo en desarrollo. En este sentido, el proceso de comunicación con la gente y dentro de las comunidades es vital. “Es en el proceso de comunicación y participación que se inicia el cambio social” (Torrealba, 2005).

En medio del cambio constante, la inmediatez de las tecnologías, la “brecha digital”, las diferencias y la necesidad social de información, se replantea el rol social de los medios de comunicación y sus retos, reafirmando la importancia de la consideración de los entornos, las demandas particulares, el camino a la expresión de ideas y requerimientos, la ventana al mundo, la comprensión de una realidad

compleja y la participación social. Sin endiosar ni satanizar a los medios, es vital reconocer las posibilidades que ofrecen a la sociedad, así como el valor de que la ética y la responsabilidad social permanezcan como lineamientos claves dentro del ejercicio de la actividad periodística, en una época en la que en ocasiones su credibilidad y labor han sido cuestionadas.

Capítulo V / Conclusiones
Rol Social de los Medios de Comunicación en el presente



Wassily Kandinsky – Red Oval 1920

Siempre el principal reto de un periodista está en lograr la excelencia en su calidad profesional y su contenido ético. Cambiaron los medios de coleccionar información y de averiguar, de transmitir y de comunicar, pero el meollo de nuestra profesión sigue siendo el mismo: la lucha y el esfuerzo por una buena calidad profesional y un alto contenido ético.

Ryszard Kapuscinski

Las tecnologías de la información y comunicación han repercutido directamente en la sociedad y en el trabajo realizado desde los medios de comunicación social. En una época de transformaciones como la que se vive hoy en día, son varios los aspectos relacionados con el rol social de los medios, que plantean al mismo tiempo diversos desafíos para la comunicación. En este sentido, y a partir del análisis de las distintas posturas teóricas evaluadas a lo largo de la investigación, se logra obtener una nueva visión del rol social en la actualidad.

La dinámica de redes propia de la Sociedad de la Información, que facilita altos flujos de información, no es suficiente para comprender el mundo. La comunicación y los medios son así importantes para darle un sentido a un océano de informaciones, lleno de mareas; teniendo en cuenta el significado de la reflexión. Apostar por la innovación, reconocer la importancia del lenguaje e impulsar la comunicación y el conocimiento (más complejos que los datos en sí mismos) son tareas en las que los medios juegan un papel importante.

Las transformaciones que se dan en el presente, a partir de las dinámicas introducidas por las tecnologías de la información y comunicación como la ruptura de las barreras espacio-temporales y altos flujos de información, plantean una mirada al rol social, que si bien mantiene los preceptos del pasado²³, incluye aspectos como: la revalorización de la relación con la audiencia, la contribución a la comprensión de la complejidad del mundo contemporáneo y los medios como actores para el desarrollo²⁴, que siguen influyendo en el proceso de socialización.

²³ Como fue referido en el capítulo I Max Weber consideraba que entre las características de los medios se encontraban: crear el ámbito de lo público, presentar concepciones del mundo y afectar el modo de entenderlo (ver páginas 16 y 17). Lasswell les atribuía el velar por el cumplimiento de normas, principios, valores; la correlación de diferentes componentes de la sociedad y “la transmisión del legado social” (1985, 68) (ver páginas 17, 18 y 19). Por su parte, Lazarsfeld y Merton agregaron “la función conferidora de estatus”, “la imposición de normas sociales” y “la disfunción narcotizante” (1977, 4) (ver páginas 19, 20 y 21). Estos preceptos engloban el permitir la opinión, la información, así como el entretenimiento y algunas actividades económicas, manejar mensajes de interés público, conferir poder, estatus y autoridad, facilitar el análisis de hechos y acontecimientos y establecer modas, tendencias y patrones; siendo los medios de comunicación parte del proceso de socialización (ver páginas 21 a 26).

²⁴ Ya en el pasado los medios tradicionales fueron empleados como instrumento por distintos programas de desarrollo, por ejemplo, la radio en comunidades campesinas. Esta visión se replantea en la actualidad a partir de las relaciones e intercambios de datos que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y comunicación, y de la forma en que las informaciones y los contenidos, ajustados a las nuevas relaciones espacio-temporales, reafirman la manera de generar contenidos útiles para el desarrollo.

Por lo tanto, el rol social de los medios de comunicación se ha visto afectado por las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Las características que tradicionalmente han hecho referencia al rol social de los medios se mantienen. Así el hacer algo de conocimiento público, presentar concepciones del mundo, otorgar estatus y velar por el cumplimiento de normas sociales siguen siendo parte del papel que cumplen en la actualidad. Estos aspectos están asociados con el centrarse en lo humano, comprender el mundo para ayudar a comprenderlo, velar por la libertad de prensa, de expresión y acceso a la información y la multiculturalidad, que han sido resaltados por diversos autores y no han perdido vigencia.

Frente a esta visión tradicional del rol social de los medios, surge una nueva a partir de los desafíos que le plantean actualmente las tecnologías de la información y comunicación tanto a la comunicación como a los medios. Este nuevo rol social, que incluye las nociones tradicionales del pasado, está asociado a los siguientes retos:

1. Calidad e inmediatez, entre el tiempo y el espacio
2. El grano de arena: abrir las puertas de la información para entrar en el camino al conocimiento
3. La interactividad
4. Contra la brecha digital
5. Desmitificar lo tecnológico
6. La fragmentación
7. Cartografiar la realidad y la información

El primer desafío reconoce a la inmediatez como resultado de la ruptura de las barreras espacio-temporales, impulsada por las tecnologías de la información y la comunicación. La producción, consumo e intercambio de datos se sumergen en los diversos espacios y tiempos que se dan en el presente. Así, con la posibilidad de transmitirlos, generarlos e intercambiarlos desde y entre varios lugares, que cuenten con las herramientas; se generan altos flujos de información.

En esta marea informativa, los medios de comunicación necesitan trascender el hecho de proporcionar únicamente datos. La preocupación debe encaminarse hacia la producción de contenidos de calidad, que tengan como base un trabajo profesional y ético, que genere confiabilidad, incluya análisis, estudios, perspectivas; ofreciendo miradas a la realidad, que permitan su comprensión. De esta manera, se busca lograr la *calidad en los contenidos entre los diversos tiempos y espacios*.

Igualmente, el *abrir las puertas de la información para entrar en el camino al conocimiento* responde al panorama de posibilidades y amenazas que plantea la llamada Sociedad de la Información. Se trata de brindar un *grano de arena* a partir del trabajo realizado por los medios de comunicación, que consta en ofrecer datos y contenidos útiles para el desarrollo, de manera que se constituyan en aportes para la sociedad.

Los medios de comunicación se encuentran como una opción, que a través de contenidos de calidad, informaciones difundidas, el análisis y la reflexión, pueden constituir una contribución real al desarrollo. En este sentido, aunque cobran un gran valor, no se puede olvidar que el conocimiento requiere de algo más que datos y que por lo tanto, aunque se presenten procesados, se necesita también del análisis y la educación para la implementación de conocimientos, que no dependen únicamente de los medios.

De este contexto se desprenden también los aportes que pueden realizar los medios en la lucha *contra la brecha digital*. Como complemento de la importancia que cobran los medios de comunicación como actores para el desarrollo, se encuentra el papel que juegan en la reducción de la brecha digital. Éste viene dado por el llegar a comunidades aisladas, a la transmisión de informaciones útiles, que ilustren la realidad y proporcionen contenidos de calidad. Se trata de una repercusión directa de un trabajo que involucre a las diversas comunidades, que proyecte análisis y aborde temas de interés necesarios para los grupos, que no sólo permitan la comprensión del mundo, sino que proporcionen también herramientas, que integradas con buenas políticas públicas de acceso y educativas, puedan convertirse en conocimientos para el desarrollo.

En este sentido, es importante recordar que la brecha digital no trata únicamente de poseer o no las tecnologías, sino también del hecho de poder usarlas, distinguir entre los contenidos y servicios de calidad, así como superar las barreras idiomáticas e insertarse en las dinámicas económicas, sociales y culturales; al tiempo que los contenidos en sí mismos puedan contribuir con la calidad de vida y el desarrollo, respondiendo a un debido procesamiento de datos útiles. Se hace necesario superar el tema de la infraestructura por sí solo, añadiéndole un contenido social, político, educativo y cultural que le ofrezca a los individuos la capacidad de producir y no sólo consumir contenidos, la libertad para emplear los recursos sin censura y combatir el analfabetismo digital como un elemento más generador de desigualdades propio de un mundo dividido, pero al mismo tiempo integrado y global.

Este panorama asociado con la labor realizada por los medios de comunicación de hacer del conocimiento público datos de interés, introduce a los medios como actores para el desarrollo, que pueden contribuir con la lucha contra la brecha digital. Esto implica que a través de esta tarea informativa, se constituyen en espacios para la expresión política, social y cultural, que pueden llamar a la acción y a la participación, mostrar las necesidades de las naciones y crear una atmósfera pública favorable al cambio.

Por otra parte, además de las distancias que surgen a partir de las tecnologías de la información y comunicación, la dinámica de las redes plantea el desafío de *la interactividad*. Ésta implica reconocer el valor de la audiencia y la posibilidad que la misma tiene de opinar, generar contenidos y participar de diversas maneras desde las distintas plataformas tecnológicas. Se presenta entonces un rol asociado a otorgarle espacios a las audiencias para que se reconozcan y puedan interactuar entre ellas, con los medios y los periodistas.

Los constantes intercambios de datos, la posibilidad de generar contenidos fuera de los medios tradicionales constituyen una invitación a los usuarios a la participación. Los medios de comunicación no pueden aislarse de esta realidad y

necesitan hacer propuestas para que la audiencia opine y se exprese sobre lo que ocurre a través de sus espacios.

Otro aspecto que se ha generado en este mundo de redes es la mitificación de las tecnologías de la información y comunicación. Grandes sentimientos de adhesión o rechazo son lo más frecuente. Se las describe como la solución a todos los problemas de la comunicación o se las muestra como las generadoras de una gran debacle en este ámbito. Por lo tanto, es necesario que tanto dentro de los medios, en lo relacionado con el uso de las tecnologías, como a nivel externo en la imagen que se proyecta de las mismas a través de algunas informaciones; se produzca una desmitificación.

El *desmitificar lo tecnológico* implica reconocer en los diferentes espacios, que las tecnologías de la información y la comunicación no son ni la debacle de la comunicación, ni la solución a todos los problemas. Son una herramienta más, que brinda un conjunto de posibilidades, que plantean un cambio. Los medios insertos en esta transformación tienen que asumirlas como ese valor agregado para su trabajo, en vez de negarse o adherirse ciegamente a los discursos.

Como resultado del uso que se ha hecho de las tecnologías de la información y comunicación desde diversas plataformas (entre ellas la de los medios), se ha presentado también uno de los principales peligros, que tiene que ver con *la fragmentación* de la información y los contenidos. La vasta oferta de datos amenaza en muchas ocasiones con la presentación por parte de los medios, de informaciones fragmentadas, ilustrando en consecuencia, una realidad dividida. El reto está en la generación de contenidos que presenten contextos, informaciones y análisis, que se preocupen por brindar herramientas para comprender un mundo lleno de conexiones y no, por separar y ofrecer datos aislados.

Esta *fragmentación* implica en el caso del rol social de los medios de comunicación, la necesidad de que los mismos incluyan contenidos de calidad, que permitan la comprensión del entorno. Se trata de un papel, que trasciende el hecho de hacer algo de conocimiento público. Esto implica darle forma a los contenidos,

de manera que entre tantos flujos de datos sueltos, las audiencias puedan tener acceso a visiones que den respuestas o que al menos asomen de una manera coherente informaciones, dándole sentido a una realidad compleja.

Por último, entre los desafíos que plantean un nuevo rol social de los medios, se encuentra *cartografiar la realidad y la información*. Entre las mareas informativas constantes, dinámicas y cambiantes, la convivencia de varios espacios y tiempos, una sociedad de relaciones con diversas estructuras y un proceso de socialización afectado por las tecnologías de la información y comunicación; los medios de comunicación aparecen como los navegantes de antaño que hacían los mapas del nuevo mundo. Son los marinos contemporáneos, que aparecen para cartografiar una nueva realidad geográfica, informativa y social.

En medio de las mareas, de las redes; navegar entre islas y flujos de información es posible, pero ilustrar esta realidad para mostrar los mapas que permitan presentar con más detalle la ubicación de las islas, cómo se relacionan las informaciones, cómo se sumerge la sociedad dentro de estas mareas, para comprender cómo se van estableciendo las dinámicas y los vínculos del presente; es algo más complejo. De esta manera, los medios necesitan configurarse como esos navegantes profesionales, que posean la habilidad de *cartografiar la realidad y la información* para poder ver con mayor claridad el mapa de la actualidad y no navegar errantes entre las mareas de información.

En este sentido, el rol social de los medios de comunicación en el presente, que permite crear puntos de conexión, elaborar mapas de relaciones con una visión desmitificada de las tecnologías de la información y comunicación; adquiere la misma complejidad de la realidad contemporánea. Se trata de un nuevo papel que reconoce la interactividad y presenta contenidos de calidad que sean de utilidad para colmar la brecha digital y alcanzar el desarrollo de las localidades. Es este un nuevo rol que necesita de una visión coherente que no muestre realidades fragmentadas, para permitir la comprensión de un escenario en el que los cambios están a la orden del día y los flujos de información son la carta de presentación de un mundo de redes, relaciones e intercambios en el que confluyen varios espacios y tiempos.

La búsqueda de calidad en los contenidos, no fraccionados y el establecer contactos entre las redes y la realidad, contribuyen con la comprensión del mundo, permiten mostrarlo y abrir las puertas al conocimiento. Así mismo, la visión del *grano de arena* expone a los medios como actores para el desarrollo. Bajo esta perspectiva, a través de un trabajo ético, que presente contenidos de calidad, que sean de utilidad y puedan transformarse en conocimiento, se entra en la vía para disminuir la brecha digital.

En este sentido, el periodista se muestra como un cartógrafo de la realidad, que debe reconocer las particularidades, la identidad cultural y seguir manteniendo contacto con la gente, ya que las tecnologías son una herramienta más que facilita su trabajo. En el proceso de comunicación y participación se inicia el cambio social, así que para reducir la brecha digital y promover el desarrollo es importante no sólo el acceso, sino la capacitación, la formación y la comunicación entre los medios, los comunicadores, las personas y las comunidades locales y globales. Para ello se requiere también además de la ética y la responsabilidad de los medios en su tarea informativa, de políticas públicas que respondan a estas necesidades con un abordaje de las mismas en distintos niveles.

Los medios de comunicación social se constituyen entonces como un elemento que puede facilitar enlaces, contribuir con el acceso a la información y ofrecer diversas visiones y análisis sobre los acontecimientos, al tiempo que dibujan mapas de un mundo de redes. Del mismo modo, las tecnologías de la información y comunicación facilitan esta labor, así como la comunicación y la socialización. Todo esto indica, que en medio de tantos enlaces, redes y una sociedad producto de los diversos espacios-tiempos, no es suficiente con los datos. Se requiere de una búsqueda de las relaciones que se dan entre los mismos, de su análisis y procesamiento, de una reflexión que impulse el conocimiento.

A partir de estas dinámicas se presenta un conjunto de retos asociados directamente con el rol social de los medios en la actualidad: alcanzar la calidad en los contenidos en un contexto en el que coexisten varios espacios y tiempos, ser un grano de arena a través de la comunicación para el desarrollo, impulsar la

interactividad, contribuir a colmar la brecha digital, desmitificar lo tecnológico, la fragmentación y cartografiar la realidad y la información.

En consecuencia, el rol social de los medios en la actualidad, además de involucrar los pilares tradicionales, incluye en el presente, la posibilidad de presentar una oferta que genere confianza en las audiencias y que no se desvincule de las necesidades de información del hombre, impulsar la comunicación para el desarrollo y crear enlaces que permitan comprender una nueva realidad geográfica, informativa y social contribuyendo también con la comprensión del mundo al mostrarlo y abrir las puertas al conocimiento. Así se mantiene la posibilidad que ofrecen de constituir un vínculo con la sociedad, defender principios y valores, ser puntos de conexión y cohesión social, entre otros (que forman parte del esquema tradicional); pero con esta nueva visión.

Un rol social activo de los medios de comunicación social se presenta dentro de esta realidad de transformaciones y redes. Se requiere entonces, además de una visión ética por parte de los profesionales de la comunicación, de un reconocimiento a la comunicación y al hombre como ejes centrales de la labor que se realiza desde los medios, que parte también de la revalorización que se da en la relación entre los medios y la audiencia.

En medio de los cambios y los desafíos, la comunicación sigue siendo ese proceso que permite *poner en común* lo que sucede. Ésta junto con el conocimiento, necesitan trascender el reconocimiento de los altos flujos de información. En este contexto las tecnologías de la información y la comunicación permiten superar la estructura lineal de pensamiento “domesticada” por años en la prensa y en los medios audiovisuales, para aproximarse más a esa forma de pensar humana no lineal, compleja, producto de múltiples conexiones e impulsos sensoriales.

Lo humano y la reflexión son los que invitan a dar un paso más allá, que reconozca los problemas reales y virtuales así como las posibilidades presentes en ambas plataformas. Es momento de romper los mitos que generan una rotunda adhesión o rechazo a las tecnologías, ya que las mismas deben ser identificadas

como herramientas para la comunicación. Así mismo, el análisis y la reflexión sobre los desafíos que éstas representan, son los que plantean como la comunicación, los intercambios y las relaciones humanas pueden hacer uso de las mismas y afectar, en consecuencia, en pro o en contra, la calidad de vida. En ello, el papel de los medios de comunicación y su rol social es fundamental.

Bibliografía



Wassily Kandinsky - Black Lines I 1913

- Abreu S., C. (2003): "Medios digitales y cambios en el periodismo", Comunicación. Caracas, Centro Gumilla, n° 124, pp.40-49
- Agencia Latinoamericana de Información (2003): "CMSI: Sociedad civil trabajará propuesta propia". En línea: 19/05/2008
http://www.alainet.org/active/show_text.php3?key=4629
- Agencia Latinoamericana de Información (2003): "CMSI: Sociedad civil trabajará propuesta propia". En línea: 19/05/2008
http://www.alainet.org/active/show_text.php3?key=4629
- ALADI. (2003): "La Brecha Digital: Perspectivas de acción", Comunicación. Caracas, Centro Gumilla, n° 124, pp.117-119
- Apolonia, B. (2001): "¿Cómo puede ser Internet una herramienta para el desarrollo social?", Observatorio para la CiberSociedad. En línea: 12/01/2008
<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=13>
- Arcila Calderón, C. (2006): "Claves para entender el medio digital", Comunicación. Caracas, Centro Gumilla, n° 136, pp.4-8
- Arredondo, J. (2001): "La tecnología divide a la sociedad", El Universal de http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=28'1&tabla=articulos
- Barbero, J. (2004): "Dislocaciones del tiempo y nuevas topografías de la memoria", Red de la Iniciativa de Comunicación. En línea: 20/10/2007
<http://www.comminit.com/en/node/24600>
- Barbero, J. (2004): "Medios y culturas en el espacio latinoamericano", Pensar iberoamérica - Revista de Cultura. N°5. En línea: 22/10/2007
<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric05a01.htm>
- Becerra, M. (2003): Sociedad de la Información: proyecto, convergencia y divergencia. Bogotá, Grupo Editorial Norma
- Beltrán, L. (1993): "Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica, una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años", Red de la Iniciativa de Comunicación. En línea: 20/10/2007 <http://www.comminit.com/en/node/150404>
- Bethencourt, T. (2002): "Impacto social de las nuevas tecnologías de comunicación", Red de la Iniciativa de Comunicación. En línea: 20/10/2007
<http://www.comminit.com/en/node/149909>
- Bisbal, M. (2001): "Manuel Castells y la sociedad informacional", Comunicación. Caracas, Centro Gumilla, n° 113, pp. 4-11
- Braumann, P. (1999): "Tecnología, economía y globalización" de Mastrini, G. y Bolaño, C.: Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina. Hacia una Economía Política de la Comunicación. Buenos Aires, Editorial Biblos, pp. 93-103
- Budd, R. (2003): "Información, interacción, intercomunicación: Tejiendo la red global. El impacto de Internet en el futuro de la educación", Red de la Iniciativa de Comunicación. En línea: 20/10/2007
<http://www.comminit.com/en/node/149910>
- Burch, S. (2003): "Construyendo el camino hacia Ginebra. Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información", Comunicación. Caracas, Centro Gumilla, n° 124, pp.10-15

- Burch, S. (2005): "CMSI: Modestos logros, muchas incertidumbres", ALAI. En línea: 19/05/2008
http://movimientos.org//foro_comunicacion/show_text.php3?key=5883
- Burch, S. (2007): "Derechos de la Comunicación: nuevos retos", III Congreso Latinoamericano y Caribeño de Comunicación. En línea: 19/05/2008
http://movimientos.org//foro_comunicacion/show_text.php3?key=11138
- Busso, N. (2005): "Terminó la Cumbre, pero el debate sigue abierto y a la espera de acciones", ALER. En línea: 19/05/2008
http://movimientos.org//foro_comunicacion/show_text.php3?key=5920
- Bustamante D., J. (2003): "Dilemas éticos en la Sociedad de la Información", Comunicación. Caracas, Centro Gumilla, n° 124, pp.16-23
- Cañizález, A. (2000): "Información en los tiempos de las nuevas tecnologías", Comunicación. Caracas, Centro Gumilla, n° 111, pp. 4-9
- Carreón, J. (2004): "Transformación cultural y tecnología de la información", Red de la Iniciativa de Comunicación. En línea: 20/10/2007
<http://www.comminit.com/en/node/149984/37>
- Carta de los derechos civiles para una Sociedad del Conocimiento Sustentable. En línea: 12/01/2008 <http://www.gleducar.org.ar>
- Castells, M. (2005): "Innovación, libertad y poder en la Era de la Información", Comunicación. Caracas, Centro Gumilla, n° 129, pp.32-36
- Castells, M. (2000): La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. La sociedad Red. Vol I, España, Alianza Editorial
- Castells, M. (2003): La Galaxia Internet. España, DEBOLSILLO
- Castro, G. (2004): "Tecnologías de información y comunicación y vida cotidiana", Red de la Iniciativa de Comunicación. En línea: 20/10/2007
<http://www.comminit.com/en/node/150556>
- Centro Interamericano para el Desarrollo del Conocimiento en la Formación Profesional (s/f): "Responsabilidad social en la empresa - Presentación", Organización Internacional del Trabajo. En línea: 24/05/2008
<http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/employer/respons/index.htm>
- CONATEL: "Servicio de Internet. Suscriptores según Entidad Federal. Años 2001-07". En línea: 17/06/2008
http://www.conatel.gov.ve/indicadores/indicadores_2007_iv_trimestre/anales/internet_entidad_federal.pdf
- CONATEL (2008): "Resultados del sector telecomunicaciones. I trimestre 2008". En línea: 17/06/2008
http://www.conatel.gov.ve/indicadores/Indicadores2008/presentacion_publica_i_trim_2008.pdf
- Consejo Episcopal Latinoamericano - CELAM (1996): Comunicación misión y desafío. Colombia, Departamento de comunicación social
- Cruz, I. (2007): "La Sociedad de la Información y el profesional de la información", Observatorio para la CiberSociedad. En línea: 12/01/2008
<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=229>
- Cumbre mundial sobre la sociedad de la información (2004): "Declaración de Principios de Ginebra". Ginebra. En línea: 02/07/2007
<http://www.itu.int/wsis/index-es.html>

- Cumbre mundial sobre la sociedad de la información (2004): “Plan de Acción de Ginebra”. Ginebra. En línea: 02/07/2007 <http://www.itu.int/wsis/index-es.html>
- Cumbre mundial sobre la sociedad de la información (2006): “Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información”. Túnez. En línea: 02/07/2007 <http://www.itu.int/wsis/index-es.html>
- Cumbre mundial sobre la sociedad de la información (2006): “Compromiso de Túnez”. Túnez. En línea: 02/07/2007 <http://www.itu.int/wsis/index-es.html>
- Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información: “Información general”. En línea: 19/05/2008 <http://www.itu.int/wsis/basic/index-es.html>
- De los Campos, H. (2007): Diccionario de Sociología. Uruguay, Universidad de la República de Uruguay. En línea: 10/02/2008 de <http://www.5campus.com/leccion/sociodic>
- De los Reyes, D. (2001): El calidoscopio mediático. Ensayos sobre filosofía y comunicación. Caracas, Comala
- Diccionario de la Real Academia Española. (2001). En línea: 10/02/2008 <http://www.rae.es>
- Dragnic, O. (2003): Diccionario de Comunicación Social. Caracas, Editorial Panapo de Venezuela
- Escribano, G. (s/f): “Teorías del desarrollo económico”. En línea: 12/01/2008 <http://www.uned.es/deahe/doctorado/gescribano/teorias%20desarrollo%20oei.pdf>
- Ferrater Mora, J. (1969): Diccionario de Filosofía. Tomo I. Buenos Aires, Editorial Sudamericana
- Franquet, R. (2003): “Comunicar en la sociedad de la información”, Red de la Iniciativa de Comunicación. En línea: 20/10/2007 <http://www.comminit.com/en/node/149883>
- Ford, A. (2002): “El Malestar de la Brecha Digital”, Red de la Iniciativa de Comunicación. En línea: 20/10/2007 <http://www.comminit.com/en/node/149785>
- García C., N. (2006): Diferentes, desiguales y desconectados. España, Gedisa editorial
- García C., N. (1999): La globalización imaginada. Buenos Aires, Editorial Paidós
- S/a. (s/f): “Generación de contenidos en Ibero América”. En línea: 15/01/2008 <http://www.tendenciasdigitales.com/td/generacion.htm>
- S/a. (2004): “Global Internet Statistics (by Language)”. En línea: 15/01/2008 <http://global-reach.biz/globstats/index.php3>
- Grupo del Banco Mundial (2004): “Comunicación para el Desarrollo”. En línea: 16/02/2008 <http://web.worldbank.org>
- Hernández, M. y Tello, M.: Sociología I. Colegio de Bachilleres de http://wisconsin.conevyt.org.mx/bachilleres/material_bachilleres/cb6/5sempdf/sociologia1pdf/sociol1_503.pdf
- Holme, L. y Watts, R. (s/f): “Responsabilidad Social”, World Business Council for Sustainable Development, Mi espacio. Relaciones públicas, publicidad, una nueva era. En línea: 10/02/2008 <http://www.miespacio.org/cont/gi/social.htm>
- Instituto de Comunicación para el Desarrollo. En línea: 16/02/2008 http://www.icdperu.com/somos_icd.htm

- Instituto Nacional de Estadística (2001): “Censo de Población y Vivienda 2001”. En línea: 16/06/2008
<http://www.ine.gov.ve/poblacion/censopoblacionvivienda.asp>
- International Telecommunication Union: “Country data by region”. En línea: 22/10/2007
<http://www.itu.int/ITU-D/icteye/Indicators/Indicators.aspx#>
- International Telecommunication Union (2006): “Did you know that...” En línea: 22/10/2007
<http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/ict/index.html>
- International Telecommunication Union (2007): “Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector”. En línea: 22/10/2007
http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/KeyTelecom99.html
- Iturraspe, F. y White, A. (2003): Estrategias de los trabajadores frente a los medios globales y digitales en América Latina. Caracas, Federación Internacional de Periodistas Oficina Regional / América Latina
- Jiménez, N. (2004): “Los Medios de Comunicación frente a la Revolución de la Información”, Red de la Iniciativa de Comunicación. En línea: 20/10/2007 de
<http://www.comminit.com/en/node/150502>
- Kapuscinski, R. (2003): Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar. México, Fondo de Cultura Económica
- Koselleck, R. (1993): Futuro pasado. Para una semántica de los tiempos históricos. España, Editorial Paidós
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2004): Los elementos del periodismo. Colombia, Ediciones El País
- Lasswell, H. (1985): “Estructura y función de la comunicación en la sociedad” de Moragas, M: Sociología de la Comunicación de Masas. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, pp.50-68
- Lazarsfeld, P. y Merton, R. (1977): “Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada” de Muraro, H.: La Comunicación de masas. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina. En línea: 27/01/2008
http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lazarsfeld_merton.pdf
- Levy C., S. (2006): “Transformaciones y desdibujamientos globales: reflexión sobre la integración latinoamericana”, Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura. Caracas, Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales “Rodolfo Quintero”, Universidad Central de Venezuela, Vol XII/N° 1 Enero-Junio, pp. 31-42
- Luhmann, N. (1991): Sistemas Sociales. México, Alianza Editorial
- Lyman, P. y Varian H. (2003): “How much information 2003?”, University of California. En línea: 26/05/2008
<http://www2.sims.berkeley.edu/research/projects/how-much-info-2003/>
- Machado, J. (2003): “Perspectivas Teóricas sobre la Cuestión Global – Local”, Red de la Iniciativa de Comunicación. En línea: 20/10/2007
<http://www.comminit.com/en/node/149971>
- Manrique, G. (2004): Bienvenidos Humanos On Line. El síndrome Negroponte: de átomos a bits. Ponencia presentada en el I Foro de Periodismo Digital, Dirección de Información y Comunicaciones, UCV, Caracas, Venezuela
- Márquez Rodríguez, A. (1976): La Comunicación Impresa. Teoría y Práctica del Lenguaje Periodístico. Caracas, Ediciones Centauro

- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997): Historia de las teorías de la comunicación. España, Editorial Paidós
- Mattelart, A. (2002): Historia de la sociedad de la información. España, Editorial Paidós
- (2000): “Nanotechnology (término inglés) ¿Qué es? Concepto, definición, significado...”, Euroresidentes. En línea: 14/01/2008 http://www.euroresidentes.com/futuro/nanotecnologia/nanotecnologia_que_es.htm
- Negroponete, N. (1996): being digital. United States of America, Vintage Books
- Observatorio para la Sociedad de la Información – América Latina y el Caribe (2006): Red de la Iniciativa de Comunicación. En línea: 20/10/2007 <http://www.comminit.com/en/node/44155/37>
- Organización de Naciones Unidas: “Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU”. En línea: 20/05/2008 <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/>
- Pasquali, A. (1980): Comprender la Comunicación. Caracas, Editorial Monte Ávila
- Pasquali, A. (2005): “La Sociedad de la Información”, El Nacional. Caracas, 23 de octubre, A-10
- Pellegrino, F. (2003): “La Sociedad de la Información en Venezuela”, Comunicación. Caracas, Centro Gumilla, n° 124, pp. 4-8
- Pellegrino, F. (2004): “Resultados de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información”, Comunicación. Caracas, Centro Gumilla, n° 125, pp.30-34
- Pisanty, A. (2004): “Acceso Equitativo a la Sociedad de la Información”, Red de la Iniciativa de Comunicación. En línea: 20/10/2007 <http://www.comminit.com/en/node/24530>
- Rozzak, T. (2005): El culto a la información. Un tratado sobre alta tecnología, inteligencia artificial y el verdadero arte de pensar. España, Editorial Gedisa
- Sciadas, G. (2005): From the Digital divide to Digital Opportunities: measuring infostates for development. Canada, Orbicom, The International Telecommunication Union. En línea: 22/10/2007 http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/dd/material/index_ict_opp.pdf
- Sen, A. (2008): “¿Qué impacto puede tener la ética?”, Revista Futuros, n° 20. En línea: 12/01/2008 http://www.revistafuturos.info/raw_text/raw_futuro20/etica_amartya.pdf
- Serrano, M. (1989): La producción de comunicación social. México, CONEICC
- Servaes, J. (2000): “Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos”, Temas y problemas de comunicación. Argentina, Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto, n° 10, pp.5-27. En línea: 12/01/2008 <http://www.infoamerica.org/selecciones/articulo2.htm>
- Smelser, N. (1995): “Las transformaciones y los cambios sociales”. En línea: 12/01/2008 de www.unesco.org/issj/rics156/smelserspa.html
- Smith, A. (1983): Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico. Barcelona, Editorial Gustavo Gili
- Torrealba, M. (2005): “Esquema para discusión de la lectura de Servaes / Comunicación”
- Trejo, R. (2006): Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos. España, Editorial Gedisa
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (2007): Hacia un índice único – Panorama general y metodología. Ginebra
- United Nations ICT Task Force (2005): Measuring ICT: the global status of ICT indicators. New York, United Nations. En línea: 22/10/2007

<http://www.eclac.cl/socinfo/noticias/documentosdetrabajo/1/23121/A5-Partnership%20global%20stocktaking.pdf>

- Vázquez M., M. (1997): Historia y comunicación social. Barcelona, Crítica - Grijalbo
- Villanueva, J. (2008): “Quién es quién”. Texto presentado en el taller Realidades del periodismo latinoamericano”, Banco de Venezuela, Caracas, Venezuela
- Villate, J. (2000): “Brecha digital contra la aldea global”, Observatorio para la CiberSociedad. En línea: 12/01/2008
<http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=41>
- Wallerstein, I. (1997): “El espaciotiempo como base del conocimiento”, Análisis Político. Colombia, Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales, N° 32. En línea: 22/10/2007
<http://168.96.200.17/ar/libros/colombia/assets/own/analisis%20politico%2032.pdf>
- Wallerstein, I. (1999): Impensar las ciencias sociales. México, Siglo veintiuno editores. En línea: 22/10/2007 <http://books.google.es>
- Weber, M. (1992): “Para una sociología de la prensa”, Reis. N° 57, pp.251-259. En línea: 27/01/2008 http://www.reis.cis.es/REISWeb/PDF/REIS_057_20.pdf
- Wolton, D. (2000): Internet ¿y después? Barcelona, Editorial Gedisa
- Wolton, D. (2000): Sobrevivir a Internet. Barcelona, Editorial Gedisa