



CHASQUI

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

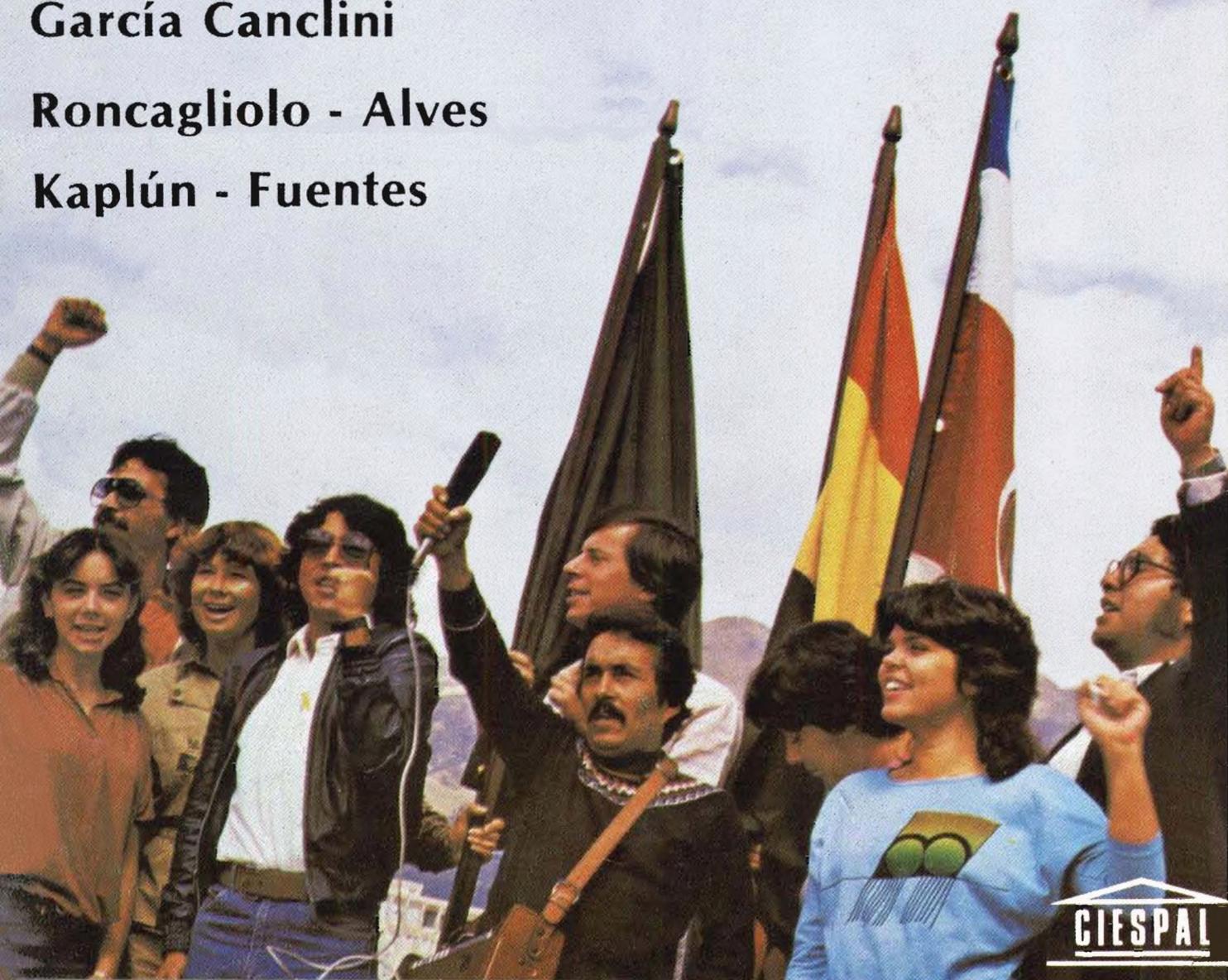
DEMOCRACIA Y COMUNICACION

Halloran - Carnero

García Canclini

Roncagliolo - Alves

Kaplún - Fuentes





Carta de los Editores

Apreciado lector:

Para el número 7 de CHASQUI hemos elegido como tema central la candente problemática "Democracia y Comunicación". Pensamos que hoy en día en los países de América Latina, el análisis y la discusión sobre el papel que juega la comunicación tanto masiva como alternativa, horizontal como vertical, en busca de una verdadera democratización de las estructuras sociales, económicas y políticas, es más vital que nunca. El tratamiento de estos temas desde diferentes puntos de vista es imprescindible para tener una visión amplia y pormenorizada.

La entrevista exclusiva está a cargo del Profesor James D. Halloran, Presidente de la Asociación Internacional para la Investigación de la Comunicación Colectiva (AIERI). En la sección ensayos nos complace contar con colaboraciones de investigadores tan prestigiosos como Rafael Roncagliolo, Néstor García Canclini y Mario Kaplún. A la controversia contribuyeron el periodista argentino José Ricardo Eliashev y el Profesor canadiense William H. Melody.

En la sección actualidad, Germán Carnero Roque presenta la versión autorizada sobre lo que será la nueva Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información (ALASEI) que próximamente iniciará sus labores desde Ciudad de México. Por la importancia del tema, en la sección documentos, incluimos los Estatutos de ALASEI.

Además, en este número iniciamos una nueva sección denominada Enseñanza de la Comunicación y donde esperamos tener contribuciones de las diferentes Escuelas y Facultades de Comunicación de América Latina y El Caribe. La sección la inaugura Raúl Fuentes Navarro, Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO en Guadalajara, México, con el trabajo sobre "Un Modelo Dinámico Curricular en Comunicación".

Presentamos, además, un interesante aporte sobre la radio escrito por Walter Ouro Alves, y otro sobre la propaganda en el Brasil, preparado por María Luisa Mendonça.

En nuestra sección noticias damos a conocer varios concursos y eventos internacionales que serán de interés para usted.

Finalmente, en la sección bibliografía y hemerografía tenemos reseñas de libros y revistas tanto de América Latina como de Europa.

Para terminar queremos reiterarle que esperamos críticas, sugerencias y comentarios para mejorar aún más los números futuros de CHASQUI.

Reciban un afectuoso saludo de

Ronald Grebe López y Jorge Mantilla J.

En este número

4 EDITORIAL

6 ENTREVISTA

12 ENSAYOS

12 Comunicación y Democracia en el Debate Internacional

Rafael Roncagliolo

18 Las Políticas Culturales y América Latina

Néstor García Canclini

28 La Teoría del Desarrollo y las Ideas Mesiánicas

Majid Tehrainian

40 La Comunicación Popular: ¿Alternativa Válida?

Mario Kaplún

44 La Mayor Pantalla del Mundo: La Radio como Vehículo Visual

Walter Ouro Alves

52 CONTROVERSIA

61 ACTUALIDAD

61 De las Contradicciones en la Comunicación Democrática

Robert A. White

70 ALASEI y la Soberanía de América Latina y el Caribe

Germán Carnero Roque

74 La Legitimación a través de la Propaganda

María Luisa Mendonça

79 COMENTARIOS SOBRE CHASQUI

80 ENSEÑANZA

80 Enseñanza de la Comunicación

81 Apuntes para un Diseño Curricular en Comunicación

Raúl Fuentes Navarro

84 COMENTARIOS

86 ACTIVIDADES DE CIESPAL

90 NOTICIAS

100 DOCUMENTOS

109 BIBLIOGRAFIA

113 HEMEROGRAFIA

118 FICHAS Y RESEÑAS

120 SECCION PORTUGUESA

121 ENGLISH SECTION



José Ricardo Eliashev

LA COMUNICACIÓN entre el autoritarismo y las nuevas tecnologías

El tema central de este número de CHASQUI es "Democracia y Comunicación". En esta sección de Controversia, el periodista argentino José Ricardo Eliashev, de larga trayectoria en diversas publicaciones latinoamericanas, parte de la posición que el fenómeno de la innovación tecnológica es abrumadoramente positivo, democratiza de hecho los procesos sociales del conocimiento y que sus supuestos técnicos y culturales básicos deben ser aprehendidos con la mayor prisa por las naciones atrasadas. Considera que para ello, es necesario trabajar con las transnacionales, y no contra ellas.

Por su parte, William H. Melody, profesor de

INTRODUCCION

El primer recelo ya ha caducado, es anacrónico. Se produce ahora la segunda sospecha. El recelo inicial hacia los significados y consecuencia de la revolución tecnológica comunicacional derivada de un cúmulo de limitaciones y torpezas que ya han sido superadas. Desde una idea restringida del progreso se alegaba que todo lo revolucionario y democratizante que suponían las diversas innovaciones tecnológicas producidas dentro de los diversos sistemas de comunicaciones de masas no era sino una suerte de perversa vuelta del destino, truculenta maniobra de las corporaciones transnacionales repleta de contenidos negativos. Se ocultaba siempre y de manera sistemática el objetivo papel de universalización del conocimiento y de la información cumplido por innovaciones tecnológicas que al ampliar el espectro de alcance de las emisiones tradicionales no han hecho otra cosa que democratizar la mecánica previa, caracterizada no sólo por escasos emisores, sino además por escasos receptores. Pero la negación masiva e indiscriminada del "progreso" tecnológico (en un entrecamillado que pretende hacerse eco del sesgo peyorativo con el cual se contempla la innovación en el punto de vista aludido) ya no es siquiera concebible. Se admite, entonces, a regañadientes el

impacto modernizador de las nuevas tecnologías, pero se evita celosamente puntualizar la influencia explosiva que las mismas tienen en materia de una mayor pluralización de voces, una muy superior posibilidad de establecer vías de comunicación y un espectacular crecimiento de los espacios sociales que ahora pueden acceder a la información. Se evita explicitar, en una palabra, el impacto democratizante que logran las nuevas tecnologías comunicacionales. En una primera fase, cierto marxismo primitivo veía en aquella innovación tecnológica el intento de oscuras fuerzas transnacionales por apoderarse del mundo. En una segunda fase, la misma perspectiva de izquierda ya no confronta tan sistemáticamente el proceso innovador y democratizante y se une a ciertos planteos tecnocráticos en la común admisión de su necesidad. Pero en esta segunda fase es posible encontrar un fenómeno nuevo, "moderno" en cierto sentido, y cuyas raíces son en cierto modo premarxistas. De regreso a los excesos maximalistas del pasado reciente, no pocos estudiosos de la comunicación de masas que supieron creer que realmente el Pato Donald era portaestandarte de una diabólica conjura imperialista contra las frescas e impolutas naciones del Tercer Mundo se estacionan ahora en posturas aparentemente diferenciadas. El recelo, abierto o subrepticio, ha-

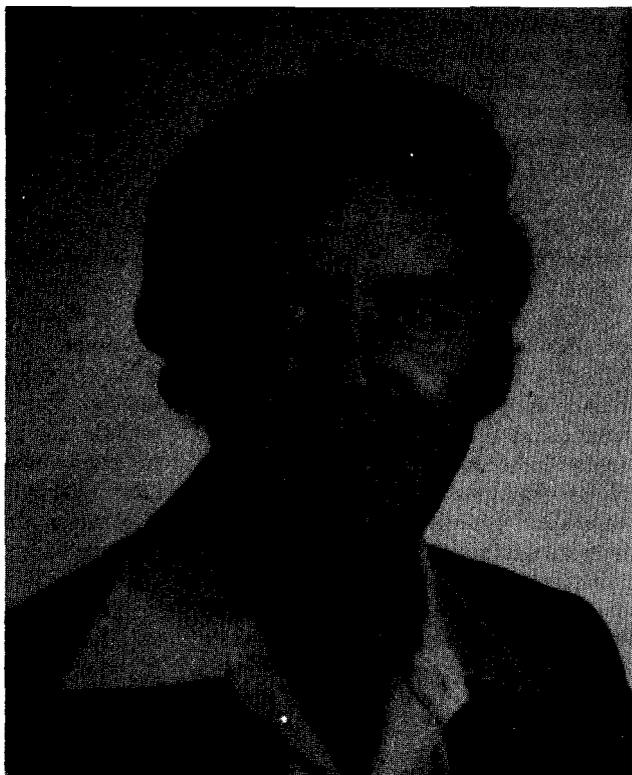
cia el nuevo mundo que abre la innovación tecnológica no asume en este sentido una connotación ideológica. Los convencidos de los males de la conspiración transnacional que hace 15 años exorcizaban los demonios del Supermán capitalista-imperialista, ahora miran con desilusión las destilaciones de experiencias supuestamente alternativas, como aquellas que se han dado en países del socialismo real o en las naciones del Tercer Mundo. El despecho es, por consiguiente, multidireccional: es la modernidad, capitalista y comunista, la que está matando al hombre. Afirma, al respecto, el argentino Héctor Schmucler: "la razón tecnológica se difunde en el mundo como valor universal. Su aceptación indiscriminada encubre el verdadero proceso de homogeneización de estructuras a nivel del planeta (sic). Nuevas formas de dependencia cultural progresan bajo la apariencia del desarrollo y avance de la inteligencia. Es sintomático que en los países no capitalistas de Europa oriental se asuman las tecnologías acríticamente" (1).

Los nuevos cuestionamientos beben de diversas fuentes, pero se percibe en ellos sobre todo un fuerte aire de preocupación ecológica y existencial, la misma que se respira en ámbitos europeo-occidentales y norteamericanos angustiados por la deteriorada calidad de la

COMUNICACION: Autoritarismo tecnológicas

Comunicación de la Universidad Simón Fraser, Canadá, en un tono mucho menos polémico y dejando a un lado importantes consideraciones, que habrían sido de gran interés para los lectores de CHASQUI, plantea que los cambios de los últimos años se han producido básicamente en las características comerciales de la información, por lo que es necesario buscar nuevos tipos de información, no explorados en el pasado por no ser lucrativos.

En ambos ensayos el aspecto de la democratización de la Comunicación juega un papel importante, aunque los dos expertos abordan el tema desde diferentes puntos de vista.



—William H. Melody

1. INTRODUCCION

El funcionamiento de la sociedad depende de la información, y de su eficiente y efectiva comunicación entre sus miembros. En el sentido más amplio, las instituciones económicas, políticas, culturales y sociales en cualquier sociedad están definidas en términos de las características de la información que comparten. En el sentido económico más estricto, se ha reconocido generalmente que el recurso primordial que determina la eficiencia económica de cualquier economía, industria, proceso productivo o familia, es la información y su efectiva comunicación. Las características de la información definen el estado del conocimiento.

En la actualidad, industrias enteras y amplios sectores de economías tecnológicamente avanzadas están dedicadas a la información —su búsqueda, su creación, elaboración, almacenamiento, clasificación, síntesis, selección, montaje, interpretación, acopio, compra, venta y transmisión de la misma. Algunos autores creen que la sociedad está avanzando más allá de un capitalismo industrial hacia una sociedad basada en la información (1). De hecho, una investigación detallada mostraría ciertamente que las sociedades siempre han estado basadas en la información. Las tradiciones ora-

les de las tribus más primitivas eran ricas en información. Los cambios de los últimos años se han producido básicamente en las características comerciales de la información.

En primer lugar, la tecnología para generar, procesar, y transmitir información a costos unitarios drásticamente reducidos ha producido saltos cuantitativos en la capacidad para suministrar información. En segundo lugar, se ha descubierto que muchos tipos de información proporcionados a través de sistemas comerciales formales, tienen un alto valor comercial de intercambio. Actualmente resulta productivo buscar muchos nuevos tipos de información, no explorados en el pasado por no ser lucrativos. Información que antes estaba fuera del mercado y que no era considerada como actividad económica, ha sido introducida en el mercado. Por ejemplo, en Norteamérica, los usuarios del teléfono deben pagar ahora una tarifa directa por los servicios informativos del operador y cada vez más por los servicios de las bibliotecas públicas. En tercer lugar, el concepto de información se ha extendido hasta convertirse en algo que virtualmente abarca todo, incluso lo que solía llamarse servicios burocráticos y administrativos.

Uno piensa que el cambio más sig-

nificativo entre la sociedad tecnológicamente avanzada de hoy y la tradición oral de la ciudad —estado griego— aún practicada por algunas culturas nativas en la actualidad —no radica en el rol de la información en la sociedad, sino en la forma en que han sido institucionalizados los procesos de información. La forma dominante de creación e intercambio de la información ha pasado del discurso oral, que fluía más allá de las barreras de los arreglos comerciales formales, a la institucionalización de la información generadora de organizaciones, a la mercantilización de la información y a su venta a través de los mercados.

2. TECNOLOGIA DE TELECOMUNICACIONES Y SERVICIOS DE INFORMACION

El rápido surgimiento de los mercados de información se hace posible mediante la interacción de adelantos en las tecnologías de las telecomunicaciones y computación. Los avances en la industria de la computación han hecho retroceder el límite intensivo del mercado al reducir los costos para la producción de más y más tipos de datos. Los avances en telecomunicaciones han rebasado el límite geográfico extensivo hasta abarcar mercados globales. Sin embargo, es importante distinguir las implicaciones

vida de Occidente. Ya no entusiasma, en esta perspectiva, el sendero luminoso cubierto de avances materiales que pareciera prometer el encadenamiento de innovaciones tecnológicas. Preocupa, en cambio, la soberanía cultural, los intereses regionales, todos aquellos aspectos susceptibles de ser vulnerados por la penetración transnacional.

Ejes centrales que aparecen en estos cuestionamientos son el carácter centralizador y concentracionario de los fenómenos de innovación tecnológica. Resulta asombrosa la verificación de la piqueta dialéctica a la que ha sido necesario recurrir para describir como exclusivamente "concentracionario" el fenómeno desarrollado por los medios de comunicación masiva de Occidente. Las sociedades occidentales más avanzadas, y tras de ellas las más atrasadas, se han beneficiado enormemente de una innovación tecnológica que —invariablemente— tiende a abaratar costos y, por consiguiente, a universalizar el acceso de sectores sociales cada vez más amplios a la información, el entretenimiento y la educación. Este fenómeno de democratización objetiva alcanzada por los medios de comunicación no significa la de-

saparición de los grandes núcleos industrial-comerciales que fabrican en serie material para ser consumido por los medios, pero la propia realidad demuestra que si algo ha sucedido en esas naciones a la cuales la innovación benefició primero ha sido, por el contrario, un aumento de oportunidades y posibilidades, no una disminución. Y esto tiene un solo nombre: democratización. Además, agrega Schmucler, "desde la realidad latinoamericana, la explosión tecnológica sólo ofrece la perspectiva de una mayor dependencia y dominación", una afirmación que por lo tajante y excluyente no puede sino ser sospechosa. ¿Es posible desconocer tan radicalmente las numerosas alternativas de interacción y creatividad propia que abre la innovación tecnológica en el campo de las comunicaciones masivas? De acuerdo a esta apocalíptica visión, pareciera que sí. Una opinión clásica, en este sentido, es la que emite la mexicana Fátima Fernández Christlieb: "Los mercados del Tercer Mundo se ven invadidos por la versión popular de la telemática, por espejitos y joyería de fantasía que, esta vez funcionan como bancos de datos y computadoras portátiles de innegable utilidad, pero que ocultan su cara béli-

ca, que no se presentan como productos de las mismas firmas que producen satélites militares o espías agrícolas. La telemática se perfila como industria estratégica del capitalismo de los ochenta en medio de aplausos y bienvenidas a la 'modernización y el progreso'" (2).

Espejitos y joyería de fantasía

Aún cuando, al pasar, se habla de la "innegable utilidad" de las computadoras portátiles, el concepto es arrojado al histórico vaciadero de las grandes estafas universales. La "utilidad" en ningún caso es explicitada: habrá de permanecer como significado menor, y subordinado, a la idea hegemónica, aquella que Fernández Christlieb individualiza como "la astuta lógica del capital financiero montado en tecnologías cada vez más sofisticadas" (3).

La cruzada contra la innovación tecnológica en el ámbito de las comunicaciones suele valerse de conceptos ligeramente paranoides que encuentran su raíz o denominador común en la idea matriz de una conspiración.

Este concepto conspirativo es bási-

Melody

económicas de las nuevas tecnologías en los medios que forman la infra-estructura en la cual la información se genera, procesa y viaja, y los servicios de información en sí, es decir, el contenido proporcionado a través de los medios.

En sentido económico estricto, los sistemas de medios de las computadoras, los satélites, cables, terminales, etc., no son diferentes, en cuanto proceso de producción, a ningún otro proceso de producción o manufactura. El equipo es elaborado y vendido en el mercado al igual que cualquier otra maquinaria. Los beneficios económicos directos son los tradicionales: ganancias, empleo, acciones comerciales y oportunidades para el crecimiento futuro. Lo que hace importantes a los sistemas de medios, es que los servicios de información deben ser proporcionados a través de ellos. Por lo tanto, la eficiencia del sistema es un factor significativo que influye en la eficiencia de los servicios de información producidos por ellos. Una acción con un sistema eficiente de medios puede tener ventajas mayores que harán avanzar prácticamente todos los servicios de información.

Las implicaciones directas de la

nueva información para la sociedad estarán determinadas básicamente por los servicios de información proporcionados a través de los sistemas de medios. Son estos servicios los que proporcionan tipos de información que hasta ahora no estaban a nuestro alcance. Pero el diseño y la estructura de los sistemas de telecomunicaciones establecidos determinarán los tipos específicos de información, quién puede enviarlos y quién puede recibirlos.

3. LA INFORMACION COMO RECURSO

La información es considerada a veces como algo equivalente a un recurso natural, en otras palabras, un filón de hechos imparciales y objetivos que deben ser seleccionados mediante una búsqueda diligente. Por ejemplo, esta visión sustenta conceptos como el de "libertad de prensa" en las democracias Occidentales. Aunque hasta la prensa independiente tiene prejuicios que influyen la orientación de sus investigaciones, la información recabada y cómo ésta es interpretada, existe una clasificación de la información que puede ser analizada provechosamente como si

tuviese las características de un recurso primario.

El acervo de conocimientos en una sociedad, las habilidades y educación de las masas, la información real detallada en lo que respecta a los aspectos económico, social, político, cultural y religioso de la sociedad, representan un recurso primario. El valor de este cúmulo de

"Actualmente resulta productivo buscar muchos nuevos tipos de información, no explorados en el pasado por no ser lucrativos"

conocimientos para la sociedad depende de cuan penetrante sea su expansión en esa sociedad, y de las instituciones encargadas de mantener, abastecer y expandir el conjunto de conocimientos, es decir, su sistema de educación y entrenamiento y la investigación que genera nuevos conocimientos. Los beneficios económicos se manifiestan en una mejor productividad, participación y toma

camente insensato y, mirado desde el prisma de lo que suele llamarse "la ciencia del materialismo histórico", anti-científico. Es la propia dinámica del crecimiento de la producción lo que determina que las corporaciones transnacionales modifiquen permanentemente la estructura del mercado, ensanchándolo sin cesar. A la IBM ya no le intere-

"El recelo, abierto o subrepticio, hacia el nuevo mundo que abre la innovación tecnológica no asume en este sentido una connotación ideológica"

sa seguir fabricando computadoras de 15.000 dólares, cuando empresas como Apple o Commodore ponen en venta modelos de 100 dólares. ¿Qué sucede? Que, al margen de la retórica inflamada de ideólogos y ecologistas, la sociedad reciba una cantidad cada vez mayor y mejor de medios técnicos para conocer, divertirse y educarse. Se prefiere, en cambio, atribuir siempre perversos desig-

nios a las transnacionales.

Así, el capital financiero se mueve con una lógica "astuta", adjetivo sugestivo y ambiguo, que podría describir de modo elogioso un *modus operandi*, pero que a la vez connota contenidos claramente peyorativos. Pero, en último análisis, tanto en la drástica negación de Schmucler, como en la peyorativa caracterización de Fernández Christlieb, es evidente la intención de vaciar de contenido y significación a los productos de la innovación tecnológica. En este sentido, la "astucia" del capital financiero radicaría en su diabólica capacidad de suscitar el consumo masivo de "espejitos y joyería de fantasía". En definitiva, pese a la admisión de la "innegable utilidad" de lo descrito, estamos en presencia de una estafa. Así como, según cuenta la leyenda, a principios de los años Sesenta una empresa checoslovaca le vendió barreras de nieve a Cuba, las transnacionales venden espejitos y joyería de fantasía a las vandalizadas naciones del Tercer Mundo.

Pero un análisis menos apresurado y más preciso proporciona una imagen diferente.

Los Frutos de la Estafa

El satélite de comunicaciones ha permitido, en primer lugar, favorecer importantes cambios en la percepción de los acontecimientos. El acercamiento determinado por una criatura electrónica que destruye fronteras y limitaciones geo-temporales ha suscitado, asimismo, una simultaneidad en la generación y recepción de los hechos que torna virtualmente imposible el manejo clandestino o subrepticio de la fuerza militar. La masiva generalización de la información que resulta del uso del satélite no es, en sí misma, sinónimo de mayor profundidad o superior conciencia, pero en todo caso aporta la posibilidad fáctica de saber lo que sucede en todo el planeta de manera virtualmente simultánea.

Si en las sociedades modernas el poder político puede ser —tal como se ha demostrado— efectivamente cuestionado gracias al papel dinamizador y objetivamente subversivo de la información, no es erróneo concluir que el impacto de las nuevas tecnologías se hace sentir sobre todo en situaciones de totalitarismo o censura periodística, cuan-

de decisiones en todos los renglones de la economía.

En la nueva era de la información, gran parte de aquéllo que ha pasado a ser importante es la información especializada que se busca para proporcionar conocimiento "confidencial" sobre la conducta de los compradores de los productos de una compañía, los proveedores de otros recursos de una empresa, los competidores, reguladores gubernamentales, etc. Esencialmente, en los mercados económicos imperfectos esta información confidencial para consumo privado fortalece la posición comercial y de negociación de las compañías o de las agencias gubernamentales que tienen acceso a ella.

Casi a diario surgen más servicios de información especializada para el consumo privado de una clientela restringida. Estos servicios van desde investigaciones de los detalles de mercados internacio-

nales para un grupo de compañías multinacionales, hasta evaluaciones confidenciales del poder de negociación de un determinado cliente, competidor, sindicato de trabajo, partido político o go-

bierno para una negociación específica.

4. LA INFORMACION COMO PRODUCTO DE CONSUMO

Las características de la información como producto final de consumo varían según el tipo de información deseado, los usuarios y los fines con que se va a utilizar. Quizás la mayor expansión potencial del mercado de la información en desarrollo es el de los datos especializados. Estos pueden facilitar la toma de decisiones —como la selección al comprar—, permitir un mayor rendimiento en la realización de ciertas actividades —como la banca—, y proporcionar nuevas formas de entretenimiento, como los juegos de video. La combinación de bancos de datos especializados, programas de computadora y sistemas de telecomunicación avanzados permiten acceso individual a información especializada para consumo privado a través del mercado. El incentivo económico para la promoción y expansión de tales sistemas es inmenso, dada la drástica reducción de costos al añadir suscriptores a sistemas ya establecidos.

Las nuevas tecnologías hacen tam-

bién posible —y a la vez económica— la creación de bancos de datos especializados en información personal detallada sobre individuos para usuarios selectos, tales como las agencias que proporcionan datos para la concesión de créditos, o las agencias gubernamentales. En muchas instancias el valor comercial de esta información es mayor si el acceso a la misma es restringido. Esto ha hecho surgir la inquietud de que las nuevas

"Los avances en telecomunicaciones han rebasado el límite geográfico extensivo hasta abarcar mercados globales"

condiciones del mercado para la información lo hagan rentable y eficiente para invasiones de la privacidad personal.

5. ALGUNAS IMPLICACIONES PARA EL DESARROLLO DEL MERCADO

Los mercados de información pueden ser clasificados en dos categorías generales: (a) aquellos en los que se alcanza máximo valor comercial mediante la

do regímenes antidemocráticos se ven incapaces de hacer frente al papel movilizador de los medios de comunicación. El régimen de Anastasio Somoza de Nicaragua hubiera sido barrido de todas maneras por las luchas populares encabezadas por los sandinistas, pero el frío asesinato del camarógrafo norteamericano Bill Stewart en 1979, filmado y transmitido vía satélite a todo el mundo minutos después de producido significó un golpe letal para la dictadura. En éstas, como en un número enorme de instancias, la información potenciada por las nuevas tecnologías jugó un papel revolucionario y democratizante, mírese por donde se lo mire.

Un muy pequeño (pero significativo ejemplo) ilustra este punto. En uno de sus últimos accesos de pasión, el presidente Ronald Reagan ordenó que el portaaviones Nimitz, una ciudad militar que flota en el Mediterráneo movida por energía nuclear, se acercase todo lo posible a las costas de Libia. La cadena de televisión ABC, alertada por la información surgida de transmisiones vía satélite anunció que daría a conocer la información. La Casa Blanca intervino por conducto del propio Rea-

gan, quien pidió a la ABC que no divulgara esa información, por considerarla perjudicial a los intereses de los Estados Unidos. La ABC hizo caso omiso y la información salió al aire. Un episodio menor, apenas comentado en el país donde ocurrió, pero revelador del tipo de posibilidades que abre un tipo específico de innovación. Escuchemos a Schmucler: "El actual dominio tecnológico de las comunicaciones permite a las transnacionales controladas por los Estados Unidos acentuar su hegemonía en el mundo, en el momento en que ese país efectúa una retirada geográfica de muchos lugares y una relativa toma de distancia política en la escena internacional" (4).

Con la firme presencia competitiva en el mercado de la corporación europea Arianespace, el lanzamiento de satélites de comunicaciones ha dejado de ser un negocio controlado por las dos superpotencias y esto queda palmariamente demostrado por el hecho de que Brasil y las naciones árabes contrataron los servicios de esta empresa para poner en órbita sus propios artefactos geoestacionarios. ¿Se consolida el famoso "esquema de dominación" cuando, por ejemplo,

los brasileños o los iraquíes pueden disponer de medios electrónicos propios de comunicación vía satélite, no controlados ni por Washington ni por Moscú? La disponibilidad, masiva, automática, de la información, permitida por el satélite de comunicaciones, ¿impone necesariamente un modelo de desarrollo cada vez más centralizado?

"A la IBM ya no le interesa seguir fabricando computadoras de 15.000 dólares, cuando empresas como Apple o Commodore ponen en venta modelos de 100 dólares"

La realidad pareciera ser muy diferente, ya que precisamente es la diseminación permitida por el satélite la herramienta de un conocimiento mayor y mejor, pero también lo que favorece una descentralización efectiva y, sobre todo, una posibilidad muchísimo mayor de poner en jaque a las aventuras totalitarias o las agresiones imperialistas. En Nicaragua o en Afganistán, en Mozam-

máxima dispersión de la información; y (b) aquellos en los que el máximo valor comercial es alcanzado mediante la restricción de la información a usuarios especializados, quienes valoran su escasez y tratan de establecer un monopolio de información específica. La primera está representada básicamente por la información que se proporciona al público para el consumo masivo y su mejor ilustración es el entretenimiento de la televisión. La segunda está representada por la generación de información especializada, la cual proporciona un valioso diferencial de conocimientos relacionados con intereses opuestos, y está ilustrada por avalúos confidenciales de los puntos fuertes y débiles de negociadores adversarios.

La categoría de máxima dispersión se caracteriza por los costos extremadamente bajos para reproducir la información. Con precios cada vez más elevados para la generación de información original, y los costos reducidos para su reproducción partiendo de niveles que ya eran bajos anteriormente, aumentan los incentivos económicos para expandir el mercado de la información existente en busca de un alcance global. En la práctica esto significa por ejemplo, que ha

aumentado el incentivo económico para inundar a más países con viejos programas americanos de televisión. Para los países que no tienen una sólida producción doméstica, ha aumentado considerablemente el costo diferencial para producir material original en vez de comprar "enlatados" norteamericanos.

La segunda categoría, los mercados

"Una nación con un sistema eficiente de medios puede tener ventajas mayores que harán avanzar prácticamente todos los servicios de información"

que se basan en la creación de un monopolio de cierta información, está menos influenciada por los bajos costos para la reproducción, aunque adquirentes con intereses similares pueden economizar al compartir ciertas compras de información. La producción de información se convierte más bien en un punto focal para intereses rivales que tratan de obtener una ventaja competitiva, imponien-

do un costo a todos los intereses competitivos y adversarios, si esperan mantener sus posiciones relativas en el mercado. Se brinda una oportunidad para comprar una ventaja en términos de información. Se crea un impedimento de entrada para aquéllos que no pueden competir en el juego de la información.

6. TEMAS DE POLITICA INSTITUCIONAL

Una mayor extensión del mercado para abarcar información hará surgir a largo plazo importantes problemas de política institucional. Podemos esperar que mucha de la información que antes era de acceso público, abierta al cuestionamiento o adquirible a costo nominal, sea absorbida por el sistema de mercado de la información. La nueva información puede ser mejor que la vieja, pero esta última ya no estará disponible fuera del sistema de mercado. Esto, por supuesto, hace surgir cuestiones relevantes a largo plazo sobre la importancia de los costos de información para los pobres, quienes quizás no tengan acceso a la información necesaria para colocar sus limitados ingresos de una forma más eficiente.

bique o en Polonia, todo sería más sencillo para las superpotencias si el mundo careciera de los recursos tecnológicos que, como el satélite de comunicaciones, ponen en manos del hombre más información que nunca.

En otro nivel, la televisión por cable ha permitido en los Estados Unidos la aparición de cadenas que transmiten de costa a costa sin publicidad, lo cual es comercialmente viable gracias al pago de una suscripción individual por el servicio. El cable, por cierto, es un desmentido terminante a todas las apocalípticas e intelectualizadas visiones sobre una tecnología supuestamente "centralizadora". Al contrario, la tecnología de la TV por cable permite más y mejor que nunca la especialización, la diversificación, tanto regional como temática, y brinda la oportunidad real de emitir programaciones que puedan ser confeccionadas en función de intereses diversos. A diferencia de la "lluvia" de mensajes que produce una emisión igual para todo el mundo, a la misma hora y en el mismo lugar, la TV por cable permite la pluralidad efectivamente. Permite también, hay que decirlo, más placer, derivado esto de las superiores posibilidades

brindadas por un medio de calidad técnica mayor y alternativas temáticas infinitamente más ricas.

En los Estados Unidos, la diseminación de los sistemas de TV por cable ha significado una alternativa evidente al oligopolio relativo que ejercían las tres cadenas, las que de todos modos tenían ante sí la opción de las estaciones independientes y el sistema de televisión pública, ambos por métodos convencionales de transmisión. La explosión comercial del cable y la TV pagada implica un aspecto más del fenómeno de democratización ya citado en este trabajo. Y si la palabra democratización pudiera parecer excesiva a algunos, en todo caso puede asegurarse que el surgimiento y consolidación de la TV por cable no pertenece al ámbito de la "concentración" que —supuestamente— engendrarían las nuevas tecnologías. Lo que sucede es exactamente al revés. La idea de la "concentración" es una mera, y raquítica, racionalización de nostálgicos y totalitarios.

En el espacio de lo familiar, dentro del contexto del hogar, el videocassette y el videodisco son instancias tecnológi-

cas importantes y perfectamente válidas. Por de pronto, estas máquinas anulan la tiranía centralizadora de las programaciones de los canales, devolviendo al usuario la capacidad de determinar qué día y a qué hora hora verá determinado programa. Emerge, así, una opción concreta al fantasma uniformizante del Gran Emisor sometiendo a la muchedumbre silenciosa estupidizada ante la "caja idiota". Este es un proceso complejo, de potencialidades muy superiores a las hasta ahora apenas entrevistas. Puede pensarse, por ejemplo, en la recuperación de la capacidad crítica generada por una nueva actitud del televidente ante la programación, actitud más autónoma, más libre, menos sometida.

También debe mencionarse el significado cultural de una tecnología que asegura la conservación del mensaje y, por consiguiente, permite todas las reevaluaciones deseadas. Esto aniquila el impacto por envejecimiento y favorece nuevas visiones, camino que sólo puede significar una agudización de la capacidad crítica. Una vez más, también hay más placer, derivado de las posibilidades aquí descritas. En el caso específico

Incluso en los Estados Unidos se empiezan a sentir los efectos. Durante una generación, el servicio telefónico ha sido prácticamente universal en la parte continental del país. Pero ahora las compañías telefónicas están en proceso de convertir el sistema telefónico público en un sistema masivo de telecomunicaciones para procesar información. Esto aumentará en forma significativa el precio a pagar por el acceso al sistema para utilizar cualquier servicio inclusive el servicio telefónico básico. Es de esperar que grandes sectores de los grupos de bajos ingresos se vean forzados a desconectarse del sistema, perdiendo así tanto los servicios nuevos como los viejos. Si ésta es la tendencia en Estados Unidos, el número de personas excluidas del sistema se verá multiplicado varias veces en países menos prósperos. Se acentuará más la división de clases en la sociedad. Las élites y los acaudalados de todos los países se verán llevados hacia una comunidad internacional de intereses, alejados del desarrollo interno participativo.

Las características de los mercados de información crean problemas especiales asociados a la transferencia tecnoló-

gica a los países en vías de desarrollo de tecnologías de computación y telecomunicaciones. Los incentivos del mercado consisten en vender nuevas tecnologías de medios a los países en desarrollo para establecer la infraestructura de comunicación de servicios informativos a nivel doméstico e internacional. Esto aumentará la dependencia tecnológica (2).

Dada la base de información esta-

"Quizás la mayor expansión potencial del mercado de la información en desarrollo es el de los datos especializados"

blecida en los países tecnológicamente avanzados y su liderazgo en la creación de nuevos servicios de información, los flujos de la misma son pronosticables. La información final para el consumidor, como los programas de televisión, dominará el flujo que va de los países desarrollados hacia los que están en desarrollo. Los mercados de información especializada, generadores de valor como resultado del monopolio de la infor-

mación, generaran un flujo dominante de información sobre los países en desarrollo, que irá hacia los países industrializados y las compañías multinacionales. De hecho, estas tendencias ya han sido documentadas (3). Estas condiciones en el mercado de información facilitarán la penetración en los mercados de los países en desarrollo de la amplia gama de bienes económicos y servicios por parte de aquellas organizaciones que tienen acceso a la información especializada. Por supuesto, esto colocará a las compañías y agencias de estos países en una desventaja competitiva cada vez mayor, debido a una deficiencia de información sobre las condiciones en sus propios países.

De allí que las características económicas de los mercados de información tienden a aumentar, y no a disminuir, la dependencia de los países en desarrollo con respecto a los países desarrollados. En su detallado análisis sobre el desarrollo económico canadiense, Harold Innis explicaba que el desarrollo regional a menudo sólo sirve a los intereses de los grandes centros de poder, porque explota los recursos naturales o básicos de la región. Esto crea desequilibrio y un de-

del videodisco (tecnología exclusivamente consagrada a la reproducción de programas, el usuario no puede grabar), estamos ante una herramienta de divulgación cultural y entrenamiento profesional de posibilidades audiovisuales enormes.

En el campo de los materiales y las herramientas, la fibra óptica significa mayor calidad, más conservación, mayores posibilidades y mejores resultados en las transmisiones. Del mismo modo, cuando la televisión de alta definición (High Definition TV) alcance difusión comercial, se dispondrá de una tecnología de mayor calidad para permitir una recepción equivalente al tipo de imagen del cine de 35 mm.

El teletexto y el videotexto son conductos a través de los cuales no sólo el usuario dispone de mayor información y un cuadro más completo, y más práctico, de la realidad. Las posibilidades interactivas, además, abren posibilidades enormes, que muy poco tienen que ver con el fantasma centralizante y concentracionario, esa suerte de **Fahrenheit 451** con el que se ensueñan los críticos de la tecnología.

La aparición de centenares de estaciones de TV de baja potencia en los Estados Unidos permitirá a corto plazo la emergencia de alternativas al menú proporcionado hoy día por las grandes cadenas comerciales, la televisión pública, las estaciones independientes y los canales y cadenas de TV por cable, ratificando que, en lugar de reducir, la

*“A diferencia de la ‘lluvia’
de mensajes que produce
una emisión igual para
todo el mundo,
a la misma hora y en
el mismo lugar,
la TV por cable permite
la pluralidad efectivamente”*

innovación tecnológica ensancha las posibilidades, amplía las opciones, genera más recursos. En una palabra, democratiza.

La computadora personal sistematiza de modo racional información y permite un manejo del tiempo más eficiente. Como reductora y simplificadora, la

computadora personal abre espacios, en lugar de cerrarlos y, al igual que el robot industrial, permite plantearse a los seres humanos una nueva dimensión de su tiempo libre. Utilizada en las escuelas, abre nuevos horizontes, desarrolla inteligencias, permite una visión más completa, abre instancias antes inexistentes.

Los Argumentos cuestionantes

En el ámbito de las comunicaciones y la microelectrónica se escuchan habitualmente un conjunto de cuestionamientos y formulaciones críticas que tienden a invalidar o condicionar severamente la incorporación de las innovaciones tecnológicas. Lo que sigue es un sucinto muestreo de los alegatos más comunes, seguidos de una breve discusión:

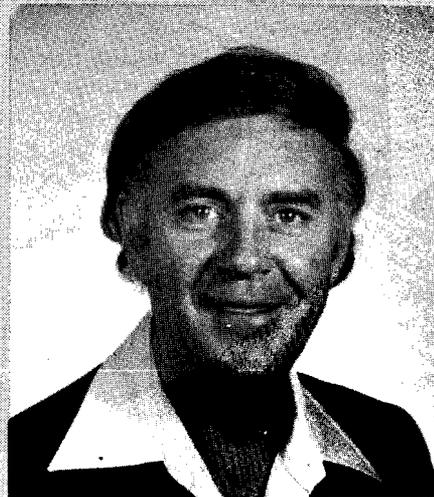
a) se suscita en los seres humanos necesidades artificiales. ¿Para qué quieren videograbadoras de cassette los campesinos hambrientos del Nordeste brasileño? La idea es conocida y es vieja. El cine, la radio y la televisión también generaban necesidades artificiales, al igual que todo otro medio de información, educación y entretenimiento derivado

sarrollo distorsionado en la región, además de dependencia de los centros de poder (4). En este sentido, el mercado tiende a tratar la información especializada sobre diferentes países como si fuera un recurso natural.



NCTAS

- 1.- Bell, Caniel, *The Comine of Post Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books, 1973; Porat, M., "Global Implications of Information Society", *Journal of Communication*, 28 (1), 1978.
- 2.- Melody, W.H. "Communication Technology: Planning or Promotion?", en D.J. Wedemeyer, ed. *Papers and Proceedings, Pacific Telecommunications Conference, PTC-82* (Honolulu: Pacific Telecommunications Council, 1982); y "Satellites: Pyramids an Tinkertoys" In *Search* (Ottawa: Department of Communication, 1979).
- 3.- Pipe, G. Russel, "National Policies, International Debates," *Journal of Communication*, Otoño 1979, y "Transnational Information Flows", *Intermedia* 7 (6), 1979.
- 4.- Melody, W.H., Salter, L., y Heyer, P. (Eds.), *Culture, Communication and Dependency*. New Jersey: Ablex Publishing Co., 1980;



WILLIAM H. MELODY *USA/Canadá*, profesor y ex-presidente del Departamento de Comunicación de la Universidad Simon Fraser, Burnaby, Columbia Británica, Canadá. Presidente de la Sección Tecnología de la Comunicación, IAMCR. Editor de: *Communications Technology and Social Policy* (1973) y *Culture, Communication and Dependency* (1981). Autor de *Chil-*

dren's Television: The Economics of Exploitation (1973) y aproximadamente 50 estudios y artículos relacionados con tecnología de la comunicación, medio ambiente y planes de acción aplicados a países desarrollados y en vías de desarrollo.

Dirección: Prof. William H. Melody
Simon Fraser University
Burnaby, British Columbia
Canadá

de la innovación tecnológica. En realidad, si el hombre siguiera morando en el perdido Paraíso no necesitaría de ninguna criatura electrónica en su vida.

b) se acentúa la alienación característica de la vida moderna, al proporcionarle a la gente artefactos que profundizan su aislamiento de la sociedad y su inmersión en una existencia individualista. Este argumento juega con elementos reales, pero es básicamente un sofisma. Hace 100 años los seres humanos se conectaban muchísimo menos entre sí, sabían muchísimo menos de lo que otros hacían, o pensaban, o sentían, vivían -en definitiva- vidas mucho más alienadas que la que puede vivir hoy día un anónimo integrante de cualquier muchedumbre metropolitana. La alienación y el enajenamiento no son, en todo caso, productos de la innovación tecnológica, sino consecuencias mucho más complejas de raíces también más intrincadas.

c) se agrava la pérdida de contacto humano, al aumentar el papel jugado por los artefactos electrónicos en la vi-

“En el caso específico del videodisco, estamos ante una herramienta de divulgación cultural y entrenamiento profesional de posibilidades audiovisuales enormes”

da de la gente. Esta es una afirmación peligrosa, porque remite -inevitablemente- a una comparación. ¿Había “antes” mayor contacto humano? ¿Era el mundo de hace dos siglos más propicio al conocimiento de los otros? La falsedad deriva de la extrapolación. Sin duda, hay millones de seres hoy incapaces de amar y capaces, sí, de pasar ocho horas por día ante el televisor. Pero, ¿los habitantes de París en el siglo XI eran acaso unas criaturas angelicales que se la pasaban el día entero queriéndose los unos a los otros y comunicándose entre sí sin cesar?

d) la explosión informática abre las puertas a un descontrol absoluto en la capacidad del Estado (totalitario o liberal) para saber todo lo que quiere sobre la vida de la gente, liquidándose así toda posibilidad de privacidad y libertad personal. Una vez más la ambigüedad y, tal vez, el sofisma. Sin duda: la computadora, manejada por los servicios de seguridad, la policía y las Fuerzas Armadas, es una herramienta formidable para reducir los espacios humanos de libertad.

Pero, una vez más, ¿con relación a qué se hace la comparación? En pleno siglo XX, Stalin y Hitler fueron dictadores omnímodos de regímenes totalitarios totalmente exentos de control o supervisión. Holocaustos y matanzas masivas fueron consumadas, arbitrariedades y persecuciones monstruosas fueron llevadas a cabo. En ninguno de estos casos se requirió de la computadora, máquina que tampoco usó el campucheano Pol Pot para efectuar la prolija carnicería de 3 millones de sus compatriotas, en nombre -eso sí- del hombre nuevo.

Como todo adelanto humano, la computadora ha sido etiquetada y satanizada con los contenidos que se le quieren adosar en nombre de interpretaciones políticas circunstanciales. La verdad es que el totalitarismo, las dictaduras y todos los regímenes de opresión humana han sido ocurrencia permanente en nuestro planeta desde que la historia ha sido registrada, e incluso antes. La computadora es tan aliada del totalitarismo como lo es el motor de vapor.

e) los costos de las nuevas criaturas electrónicas son prohibitivos para las inmensas mayorías sociales y, en consecuencia, se trata de innovaciones sólo accesibles para oligarquías económicas y políticas. Esta es una verdad repleta de mentiras. ¿Por qué? Porque toda innovación tecnológica cuesta mucho dinero en sus comienzos y la propia dinámica capitalista tiende inevitablemente a reducir el precio del producto a medida que el mercado crece y los propios progresos industriales permiten superiores condiciones de productividad y costos menores. Los hechos son conocidos: la explosión informática ha determinado una baja espectacular en el precio de las computadoras. En los años Ochenta la microcomputadora personal será tan accesible por su precio como lo fue el radio de transistor al comenzar la década de los Sesenta. A fines de siglo, todas las criaturas electrónicas por ahora confinadas a las clases medias tendrán difusión masiva en virtud del abaratamiento asombroso de sus precios de venta al público.

La Manía Anti-Tecnológica

No caben dudas de que el auge de las nuevas tecnologías marca, simultáneamente, una profundización de la brecha existente en materia de conocimientos y capacidades industriales. Son las corporaciones transnacionales

que han desarrollado estas tecnologías las que retienen una supremacía enorme en ese ámbito, un poder ante el cual los Estados nacionales poco o nada pueden hacer. Un ejemplo claro de esta situación se encuentra en el enorme esfuerzo realizado en los últimos años por la Unión Soviética para acceder a la tecnología norteamericana, japonesa y europea en ámbitos tan diversos como la microelectrónica, la informática, las comunicaciones vía satélite, todo lo relacionado con la ciencia moderna de la guerra y las disciplinas complementarias. En términos de adquisición de tecnología, como puede verse, no se trata de querer sino de poder, y si esto es válido para una superpotencia como la URSS, ¿cómo no habría de serlo para países de menores recursos?

Las transnacionales son una realidad, al margen de las opiniones que se tenga de ellas. La innovación que ellas generan y luego comercializan a escala

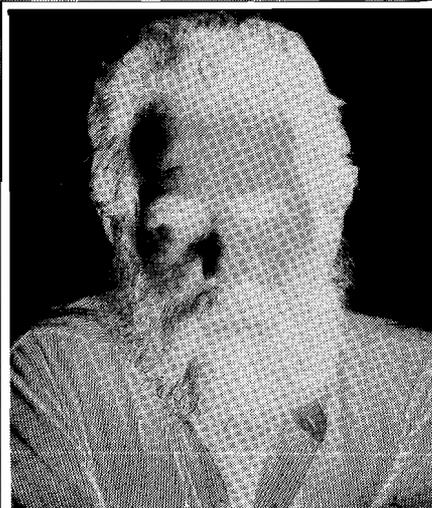
“La aparición de centenares de estaciones de TV de baja potencia en los EE.UU. permitirá a corto plazo la emergencia de alternativas al menú proporcionado hoy día por las grandes cadenas comerciales”

planetaria no puede ser confiscada por el momento y representa un cúmulo de evolución humana ante el cual es necesario adoptar criterios prácticos y, sobre todo, inmediatos. Aproximarse a las transnacionales para trabajar con ellas no necesariamente quiere decir delegar el control de la soberanía nacional. Tampoco presupone abandonar los propios esfuerzos de asignación de recursos, investigación y desarrollo en planes nacionales surgidos de las necesidades de cada país. Pero la experiencia, espejo sin alma en el cual se reflejan nuestros actos, demuestra que una confrontación masiva con las transnacionales significa hoy día en el mejor de los casos agravar el propio atraso e hipotecar las posibilidades futuras de desarrollo y crecimiento. Las corporaciones transnacionales, naturalmente, son empresas de enorme poder económico y cuentan normalmente con el pleno aval político (y a veces militar) de las naciones industriales en donde tienen sus casas matrices. No son, por lo tanto, com-

pañías de beneficencia pública y mantener negocios con ellas es duro, muchas veces casi imposible. Pero no hay alternativas: el proceso de transferencia de tecnología no es mecánico ni inmediato y mucho tiene que ver con el desenvolvimiento global de una sociedad dada. En ese transcurso, la realidad estará plagada, para los países dependientes, de compromisos y concesiones parciales. En este campo el maximalismo ideológico es particularmente gratificante para las almas adolescentes, pero no resuelve ningún problema.

La manía anti-tecnológica parece haber cundido en algunos círculos intelectuales del Tercer Mundo como eco lejano de cierto ecologismo brotado en los países centrales de Occidente (el ecologismo no tiene posibilidades políticas de desarrollarse en la Unión Soviética y los países de su bloque). En esa manía parecen agitarse significados contradictorios, que van de un pregonado libertarismo existencial a un muy reaccionario y lúgubre reclamo melancólico por ese pasado fantaseado como idílico, bucólico y más simple. Hay, también, articulaciones aparentemente complejas de una muy simple y casi obscena negación de

la realidad. Este es el rostro de la respuesta geométrica al humanismo burgués, con su carga de optimismo y fe en la ciencia y en el progreso. Pero si ese humanismo burgués generó sus propios extremos totalitarios y tecnocráticos, esta contrapartida avanza con entusiasmo en el sendero de un irracionalismo que no puede ser otra cosa que el esqueleto conceptual de nuevas erupciones autoritarias.



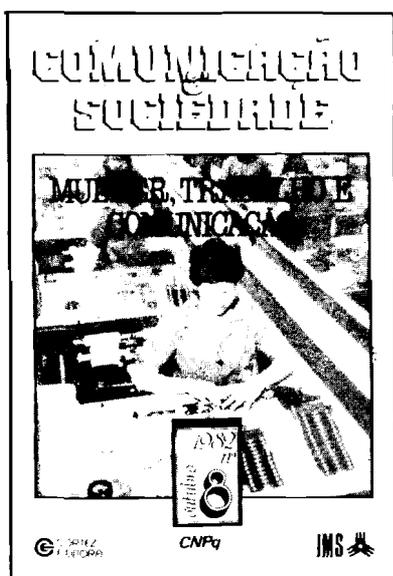
JOSE RICARDO ELIASCHEV, argentino, reside en México donde es columnista de *Cuadernos de Comunicación*, *Fórum*, *Unomásuno*, *Vogue*. Fue profesor en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. Autor del libro **"USA, Reagan, Los años Ochenta"**. (Folios Ediciones, México 1981) y coautor de **"Sadismo en la Enseñanza"** (Monte Avila Editores, Venezuela, 1980). Dirección: Avenida San Jerónimo 762. México DF. CP. 10.200. México.

NOTAS

(1) y (4). - Héctor Schmucler, "La Hora de las Computadoras", en *Connotaciones* No. 1, Ediciones El Caballito, México, 1981.

(2) y (3). - Fátima Fernández Christlieb, "Crisis, telemática, información", en *Unomásuno*, México, octubre 28, 1982.

COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE



Revista semestral, organizada pela Comissão de Pós-Graduação em Comunicação Social do Instituto Metodista de Ensino Superior (São Bernardo do Campo - SP), com o apoio do CNPq. Editada e comercializada pela Cortez Editora. Assinaturas: Rua Bartira, 387 - São Paulo, SP - 05009 - Brasil.

TEMAS PRINCIPAIS

1. Comunicação, segundo Gramsci e Paulo Freire
2. Comunicação, Comunidade e Imaginário
3. Comunicação, Política e Participação

4. Comunicação, Igreja e Pesquisa Ação
5. Comunicação na América Latina
6. Comunicação Alternativa e Cultura Popular
7. Jornalismo Científico e Jornalismo Brasileiro
8. Mulher, Trabalho e Comunicação
9. Comunicação Transnacional/Comunicação Brasileira
10. Comunicação no ABC Paulista