

INFORMACION, GLOBALIZACION Y DEMOCRACIA

Ramón González Escorihuela**

R E S U M E N

Se considera la relación existente entre las llamadas "nuevas tecnologías de la información" y la Democracia, dentro del marco del proceso de tecnoglobalización. La discusión recae en la controversia acerca de si los nuevos instrumentos de recolección, conservación y difusión de la información, impulsan o coartan la marcha hacia una sociedad más democrática y participativa. Se hace énfasis en que la progresiva concentración del poder mediático en pocas manos y la creciente uniformidad y banalización de los mensajes, constituyen tendencias peligrosas para el desarrollo de una sociedad democrática basada en la información.

Palabras clave: Nuevas tecnologías de la información, Democracia, Tecnoglobalización.

The information, globalization and democracy

ABSTRACT: In this article the existing relation between the so called "New Technologies of Information" and Democracy, within the frame of the process of Technoglobalization is considered. The discussion falls in the controversy of whether the new instruments of recolection, conservation and diffusion of information move or hinder the path towards a more democratic and participatory society. It emphasizes that the progressive concentration of the power of the mass media in few hands and the increasing uniformity and banalization of messages constitute dangerous tendencies for the development of a democratic society based on information.

Key words: New Technologies of Information, Democracy, "Technoglobalization".

INTRODUCCIÓN

Distintas expectativas y preocupaciones en los ámbitos más diversos suscitan las llamadas "Nuevas Tecnologías de la Información"⁽¹⁾. Una de ellas —a nuestro juicio de las más importantes y centrales— es la relativa a la relación entre las modalidades actuales de la recolección, conservación, procesamiento y distribución de la información, y la Democracia, entendida ésta no sólo como el simple juego partidista, las libertades ciudadanas y el periódico ritual electoral, sino también como la libertad para el acceso a una información plural cualitativamente calificada que pueda servir de base para la formación de una opinión pública vigorosa y crítica.

En otros términos y planteando el tema a manera de interrogante, se trata de responder a la siguiente pregunta: ¿ la revolución electrónica en el campo de la información, a cuyo incesante despliegue asistimos hace

por lo menos dos décadas, contribuirá a la consolidación de una sociedad más y mejor informada, a un mayor pluralismo y a un grado más elevado de participación ciudadana, o, por el contrario, impulsará una acentuación del poder y penetración de los grandes "trusts" de la información, a la entronización de una sola voz y un solo discurso y a la eventual aceptación pasiva de éste por parte de las mayorías?

Es a este tema discutible y de profundas repercusiones al que nos referiremos en este artículo, con las limitaciones propias del género, no sin antes señalar que no por comodidad ni falsa objetividad, no nos situamos entre los numerosos encandilados y adoradores fervientes de los nuevos instrumentos ni entre sus también numerosos detractores a ultranza. Esta postura obedece al convencimiento de que el maniqueísmo de cualquier signo no conduce más que a empobrecer cualquier debate o reflexión.

Comencemos, antes de entrar en materia, por mencionar dos realidades que nos recuerda la historia:

1. Todo desarrollo tecnológico importante y de rápido y profundo alcance social, suscita reacciones encontradas, inquietudes y temores. El conocido ejemplo del maquinismo en la Revolución Industrial del siglo XVIII, bien viene al caso: saludado con justificado pero desmedido entusiasmo por empresarios y publicistas, despertó resquemores y en algunos casos acciones violentas por parte de grupos de trabajadores que veían en peligro su estabilidad laboral.
2. Como bien lo expresa Mattelart (1997), la relación entre tecnología y democracia directa es de vieja data y en cada generación técnica se recicla.

Cinematografía, radiodifusión, teledifusión, cada una en su tiempo de aparición, fueron percibidas como fomentadoras de la información, el conocimiento y la democracia, o bien, como instrumentos de alienación y dominación. Ejemplo clásico de ello nos proporciona la cinematografía,

sobre la cual se suscitó un ferviente debate en los años 30, entre quienes consideraban al cine como un gran corruptor de la moral ciudadana, fuente y muestrario de pecados y delitos, y quienes veían en el nuevo medio, un instrumento apto para extender la educación y la capacitación técnica.

Fijemos la atención en otro aspecto esencial: ninguna tecnología nace y funciona en abstracto, es decir, como epifenómeno situado por encima o al margen de las circunstancias sociales, políticas, económicas y culturales prevalecientes, sino que por el contrario, es signo y contenido del desarrollo de las fuerzas productivas y como tal viabiliza y potencia el proceso de reproducción.

En el caso que nos ocupa, las nuevas tecnologías de la información, son componentes capitales del proyecto de la globalización. Surgen y se desarrollan como el producto privilegiado de la tecnociencia generada por los grandes consorcios económicos con el fin de multiplicar la ganancia y optimizar su desenvolvimiento. De allí que estos instrumentos y sus aplicaciones, integrantes centrales de la globalización, vayan de la mano con los rasgos más resalantes de ésta: el debilitamiento progresivo de la antigua noción de los Estados nacionales, la política de apertura y desregulación comercial incluido el terreno comunicacional, la economía de mercado y el retroceso del Estado no sólo en el terreno económico como planificador o gestor directo, sino en el ámbito de su acción social en materia de salud, educación y relaciones laborales, entre otros.

A esta conjunción entre avances tecnológicos y proyectos hegemónicos en lo económico, político y cultural, conformadores de un todo orgánico sin fisuras aparentes y al menos hasta el momento perfectamente cohesionado, se le ha llamado con acierto tecnoglobalización, y es dentro de ella, considerándolo con mirada y comprensión holística como se puede analizar y aprehender con propiedad y sin eufemismos, sin optimismo ingenuo y desmesurado pero tampoco con pesimismo depresivo,

"Dos de los elementos que consideramos sustanciales en el acontecer mediático del tiempo tecnoglobal son la concentración del poder comunicacional y la creciente uniformidad de los mensajes puestos en circulación".

la relación entre las nuevas tecnologías y la Democracia. Ciertamente, la tecnoglobalización, constituye hoy el proceso económico, político, cultural e ideológico, más importante y significativo de esta última mitad de siglo. Sólo si pensamos que la masa monetaria total que circula en el mercado mundial de divisas, supera con creces los haberes de los bancos centrales del mundo y que sus flujos carecen en la práctica de todo tipo de control, traspasando fronteras y soberanías, podemos captar la magnitud de este fenómeno y su potencialidad para apuntalar "milagros económicos", pero también desestabilizaciones y crisis.

Cuestión amplia y compleja, limitemonos en lo que sigue a plantear sin ánimo exhaustivo, dos de los elementos que consideramos sustanciales en el acontecer mediático del tiempo tecnoglobal: la concentración del poder comunicacional, y la creciente uniformidad de los mensajes puestos en circulación.

1. LA CONCENTRACIÓN DEL PODER COMUNICACIONAL

He aquí uno de los puntos centrales a considerar. Desde mediados

de la década de los ochenta, el poder de producción y difusión masiva de los megaconsorcios de la información y de la industria cultural ha ido en aumento vertiginoso a escala global. En Norteamérica, Europa, Asia, África y América Latina, se acrecienta la capacidad productiva y distributiva de mensajes de estos nuevos imperios edificados con base en la convergencia de dispositivos tecnológicos y a incesantes y cada vez más ambiciosas operaciones financieras (compras, fusiones, tráfico de paquetes accionarios, etc.). Ejemplo típico, clásico si se quiere, el de la firma norteamericana Time-Warner, que incluye la mayor red periodística del mundo: CNN; la revista Time, con ediciones en diferentes idiomas, la productora cinematográfica Warner Bros, las redes de entretenimiento masivo por cable y satélite TNT, HBO y Cinemax, editoriales y distribuidoras de libros y empresas disqueras.

En resumen, un conjunto de compañías integradas que generan ventas superiores a los 21 mil millones de dólares al año. Otro ejemplo notable lo constituye la fusión entre Disney y ABC, para formar un nuevo conglomerado que abarca desde el entretenimiento hasta la información, incluyendo cientos de productos relacionados; esta sola megaempresa, según cálculos de expertos movilizaría dinero por una cantidad hasta tres veces mayor que el giro total de los cuatro gigantes de la comunicación audiovisual en América Latina.

En Europa, el consorcio del empresario y político italiano Silvio Berlusconi, compite en penetración audiovisual y medios impresos con otro gigante, News Corporation Limited, propiedad del famoso magnate australiano Rupert Murdoch, propietario de la revista Times de Londres, el diario The New York Post y de cadenas de televisión, radio y diversas publicaciones en varios continentes. El mismo Murdoch, en fusión con Telecommunications International, y los grupos Globo y Televisa, de Brasil y México, respectivamente, a finales de 1997, pusieron en funcionamiento el centro de teledifusión satelital Sky, ubicado

en Miami, el cual distribuirá la señal de más de 250 canales en América Latina; esfuerzo financiero y tecnológico destinado a competir en el mercado del entretenimiento y la información satelital con DirectTV, cuyo principal accionista es el conocido consorcio de producción de aviones y armamento sofisticado, Hughes Electronics.

En América Latina, campo de batalla de los gigantes transnacionales, ya es notorio el predominio regional que ejercen individualmente o a través de distintas asociaciones, la red Globo, de Brasil; Televisa, de México, y la Organización Cisneros, de Venezuela.

Semejante concentración del poder mediático tiene consecuencias funestas para la democracia, sobre todo en el vital campo de la expresión y circulación de las ideas, y más si se toma en cuenta que las multimillonarias inversiones requeridas para participar en el sector empresarial de la teledifusión, excluyen de hecho no sólo al 99% de la población, sino también a muchos capitalistas grandes y medianos. A este respecto, resulta útil citar al economista chileno José Valenzuela Feijoo, sobre el caso de Televisa, de México, reflexiones que pueden aplicarse casi tal cual a cualquier país latinoamericano, africano y asiático, y también a la mayoría o a muchos del llamado mundo desarrollado.

El punto es gravísimo: algo tan delicado como la conciencia pública queda en mano de una delgadísima minoría que actúa en este campo como si fuera su coto privado de caza y con la carga de ignorancia y de escasos escrúpulos que le suele tipificar. Piénsese, por ejemplo, en el monopolio de la televisión mexicana Televisa. ¿Cuántas personas forman parte de su consejo de dirección, y de ellas cuántas son las que efectivamente deciden? Si decimos una sí, solo una —no andaríamos nada desencaminados. Pero estiremos todo lo posible, exageremos y digamos que son veinte personas. Ellas, son las que deciden cómo moldear la conciencia social de más de ochenta millones de mexicanos... (1994: 83).

Estos casos que apenas hemos mencionado a manera de simple ilustración, conforman sólo la punta de un iceberg, ya que las nuevas promesas tecnológicas —hoy realidades, como la convergencia de la informática y la televisión, abrirán en un futuro que ya es casi presente, sendas mucho más amplias, variadas y productivas al poder comunicacional establecido.

Resulta obvio que esta progresiva y renovada omnipotencia de los conglomerados de la información y la cultura de masas, incrementan la ya tradicional hegemonía norteamericana en el sector, apenas matizada como consecuencia de los reacomodos globales por la presencia japonesa en el área asiática y por las políticas proteccionistas en el sector cultural hacia las cuales se inclina la Unión Europea. Hace exactamente 33 años, el entonces presidente de la Radio Corporation of America, el general David Sarnoff, afirmaba:

El predominio en el espacio y en las comunicaciones, que es una de las llaves para dominar el espacio, se traduce hoy día en el predominio político, militar, económico y social sobre todas las naciones del mundo (...) Mediante el uso de los instrumentos y las técnicas modernas de comunicación, hoy es posible alcanzar amplios e influyentes sectores de las poblaciones de otras naciones para informarles, influir sobre sus actitudes y al mismo tiempo incluso quizá motivarlos hacia determinadas acciones o determinado tipo de acción... (Mattelart, 1973: 165)

Poco cabe agregar a semejantes expresiones a las cuales hay que reconocerles al menos el valor de una descarnada franqueza. Cabe sí pensar que si eso afirmaba Sarnoff a principios de la década del 60, cuando ni siquiera el proyecto globalizador había sido planteado y cuando la bipolaridad reservaba la mitad del mundo a la otra parte, ¿qué podrán decir ahora los gerentes herederos del imperio? Por lo demás es casi inútil insistir en que la concentración del poder multimediático en nada favorece la existencia y el fomento de sociedades democráticas, y por el contrario, reitera y sobrepotencia el discurso

único en el terreno político y económico, los valores de vida del mercado, la concepción de la noticia como un espectáculo más regido por las mismas leyes de la oferta y la demanda operantes en cualquier sector del mercado, y la visión cultural típica de la comunicación masiva, basada siempre en la concepción del entretenimiento como fuga o escape de la realidad.

Conviene aquí recordar con provecho, la vigorosa denuncia de Marcuse en los años 60, sobre el cierre del universo del discurso y la consecuente aparición del hombre unidimensional.

Es cierto que frente a estas objeciones, se puede argumentar, con algo de razón, que la tecnoglobalización ha aumentado considerablemente la oferta mediática. En el terreno audiovisual, la televisión por cable y la transmisión satelital han abierto al usuario una gama de opciones tan amplia como tal vez la imaginación más desbordada no pudo ni siquiera concebir. Si vamos a nuestro caso, el telespectador latinoamericano de hoy, ya no está condenado a la oferta exigua y a menudo mediocre de los canales habituales. Ahora, con sólo pulsar el botón del remoto, puede transitar por una variedad inusitada de mensajes. Un televidente venezolano promedio, suscrito a cualquier sistema cableado o satelital, cuenta con más de 80 canales de filmes, cinco o seis de deportes, varios de turismo, naturaleza, historia, farándula y espectáculos y dibujos animados. Y en lo que a noticias se refiere puede seleccionar entre una amplia gama de posibilidades con cobertura internacional, de diferente origen nacional y en el idioma de su preferencia.

Al mismo tiempo, el acceso a Internet, hace posible la más variada constelación de oportunidades de información, conocimiento y entretenimiento. Abre campo a las posturas y opiniones políticas de toda índole —hasta las más enconadas posiciones anti-democráticas que glorifican mensajes discriminadores, fascistas o francamente nazis. Adicionalmente, introduce alternativas de

respuesta que parecen romper al fin con la tan criticada unilateralidad del flujo mediático: cada usuario puede recibir, cada usuario puede emitir e interactuar, cuestionar, solicitar aclaratorias y ampliaciones. Así, la tan ansiada horizontalidad del tránsito mediado parece hacerse realidad, por obra de quienes hasta ayer fueron sus más tenaces negadores.

Celebrada como una nueva panacea para sanar los males del mundo y del hombre, los más encumbrados funcionarios públicos de las potencias dominantes, encabezan el coro del optimismo informático. Así, nada menos que el vicepresidente de los Estados Unidos, Al Gore, en el discurso pronunciado en Buenos Aires en 1994 en la reunión de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), expresaba:

La GII (Global Information Infrastructure) va a ofrecer una comunicación instantánea a la gran familia humana (...) No será sólo una metáfora de la democracia en marcha: en realidad estimulará el funcionamiento de la democracia aumentando la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones. Favorecerá la capacidad de las naciones para colaborar entre ellas (...) Veo una Nueva Edad ateniense de la democracia que se forjará a través de los Foros que la GII cree. (Mattelart, 1997: 16).

Pero no todo luce tan espléndido y prometedor como lo señala el vicepresidente norteamericano, el magnate de la informática Bill Gates y la oleada de consultores empresariales y futurólogos que al compás de la tecnoglobalización inundan las páginas de los diarios y las revistas especializadas.

Naturalmente, para estos líderes políticos, económicos y empresariales, el mundo de referencia se circunscribe al ámbito de las clases opulentas y medias altas de los países desarrollados. En ellos tal vez pueda hablarse con propiedad de una sinergia benéfica entre nuevas tecnologías y la democracia, sobre todo en función de la capacidad instrumental para facilitar la conexión entre gobernantes y gobernados, disminuyendo las dis-

tancias y separación entre ambos polos, simplificando la red de intermediarios y acelerando el diálogo. Fuera de este círculo de favorecidos en que la extensión de la red crece en términos exponenciales, la situación es otra.

En el caso concreto de América Latina, casi 300 millones de pobres, están excluidos sin remedio de gozar de las bondades de la opulencia mediática en cualquiera de sus múltiples manifestaciones. Así, nuestra región es territorio propicio para una nueva desigualdad que se une a las ya crónicas en materia de salud, educación y acceso a los bienes culturales. A ello hay que agregar en el caso específico de la red, que el analfabetismo tecnológico, más discriminador aun que el lingüístico, edifica nuevas barreras culturales y por ende socioeconómicas, muy difíciles o prácticamente imposibles de salvar para la mayoría de los ciudadanos, víctimas que no beneficiarios de un sistema educativo maltrecho y pleno de carencias o, simplemente, excluidos de éste.

2. LA UNIFORMACIÓN Y BANALIZACIÓN DE LOS MENSAJES

Sin embargo, las dificultades para que las nuevas tecnologías de la información se conviertan en herramientas eficaces para la profundización de la democracia, no residen sólo en la imposibilidad de su posesión y manejo por parte de las grandes mayorías. Si a eso se redujera el problema, su solución seguramente vendría dada por el simple paso del tiempo: también, las tecnologías de la fotografía y el video, fueron en un principio privilegio de los sectores pudientes, y hoy por hoy —logro distributivo del mercado— se han extendido a buena parte de la sociedad.

Un problema digno de considerar estriba en la uniformidad del mensaje emitido en cualquiera de los muchos tipos de programas producidos y transmitidos por los megaconsorcios comunicacionales. En el hecho de que aun salvando una que otra diferencia formal, en el plano del

contenido se registra una total identidad. En el renglón de la información, por citar un tema que nos atañe de cerca, el análisis más somero de los noticiarios de las redes internacionales, lo demuestra de manera palmaria: el mismo concepto de noticia, los mismos criterios de jerarquización de la información y de valoración de los datos, el mismo énfasis sobre los mismos ítem, el mismo estilo redaccional, la misma composición de imágenes y de estructura y organización programática. A esta uniformidad habría que agregar la progresiva absorción de la información por el género espectacular, la cual se produce a un ritmo cada vez más acelerado.

De esta manera, lo que podríamos calificar como "viejo" periodismo, que con todo y sus defectos (esquemización de la información, fragmentación y descontextualización de los hechos, etc.), nutría mal que bien la formación de la opinión pública, se desnaturaliza asumiendo el formato de lo farandulesco y banal, trastocando a los antes ciudadanos en simples consumidores de mensajes informativos "light".

La uniformidad formal y de contenidos manifiesta en el campo informativo, opera desde hace ya mucho tiempo en otras modalidades de programas como los seriales dramatizados, los espacios de turismo y aventuras, los de reseña de espectáculos y farándula y los llamados shows de variedades, de allí que no es de extrañar la creciente inclinación al "zapping" (cambios continuos y casi epilépticos de canal) al que se han habituado muchos telespectadores y que provoca la preocupación y el desconcierto de los programadores y de los estrategas publicitarios.

En síntesis, la ampliación de la oferta mediática a la que hacíamos referencia se ve reducida en la práctica a un solo discurso, emitido por distintos codificadores. Un discurso conformado para banalizar y vaciar de sentido social y político el asunto más importante y trascendente. Un discurso hecho a la medida para fabricar espectadores complacidos, enternecidos o emocionados pero también para debilitar y obstaculizar cual-

quier pretensión de debate racional sobre los problemas públicos, toda controversia de ideas y posiciones.

En las aguas de ese discurso, se disuelven las denuncias sobre corrupción, sobre los múltiples negociados que proliferan en los meandros de las privatizaciones galopantes y las apresuradas reformas legislativas hechas con el fin de agilizar la circulación de los capitales y debilitar la acción fiscalizadora del Estado.

Pero también, de las aguas del mismo discurso, emerge de manera indiscutida, la ideología neoliberal. Esta uniformidad del mensaje, que ya se había advertido en el pasado, se ha hecho ahora, en el tiempo histórico de la tecnoglobalización con el fin de la bipolaridad y por consiguiente de las versiones ideológicamente divergentes, cada vez más absoluta y omnipresente.

Reconocer lo dicho antes no implica desconocer que los receptores de los mensajes distan de ser sujetos pasivos.

Más de cincuenta años de experiencias de investigación y reflexión teórica, nos separan del tiempo en que se creía, con cierta dosis de ingenuidad, que los receptores podían considerarse como esponjas ávidas de absorber y asimilar todo cuanto les fuera transmitido. Al contrario, todo receptor es un sujeto activo que discrimina y selecciona entre diversos mensajes, que los valora e interpreta de manera original y que los incorpora total o parcialmente a sus reservas de sentido, de acuerdo con sus características psicosociales, sus creencias, convicciones y entorno cultural. De este acierto conocen muy bien los especialistas en marketing, quienes en las últimas décadas han desarrollado cada vez más complicados diseños de investigación destinados a dar cuenta de la extensa gama de consumidores a los que pretenden afectar, a través de la formulación de nuevas categorías que traspasan las tradicionales referidas a los llamados niveles socioeconómicos, y establecen variadas tipologías de hábitos y preferencias de consumo que van más allá de los niveles de ingresos.

De bases similares parten también gigantes de la informática como *Microsoft* cuando distribuye versiones diferentes de su famosa enciclopedia Encarta, adaptadas a la "idiosincrasia" de cada región del mundo, o cuando corrige algunas acepciones de ciertos vocablos que pueden resultar ofensivas o inaceptables para algún sector de su amplio mercado.

Pero el hecho cierto de que los perceptores de los mensajes mediáticos no sean meros receptores pasivos, no invalida ni aminora el poder de los medios y su marcado carácter totalitario. En ellos, independientemente de cualquier otra consideración, reside la lógica y el sentido de la comunicación mediada. Es su cúpula dirigente, sus técnicos y profesionales, las rutinas productivas de los medios y sus cuadros de gestión, los que imponen la agenda a considerar, los que marcan los límites entre lo que merece o no ser conocido, considerado y discutido, los que establecen lo importante y lo accesorio, los que incluyen o excluyen, los que crean la realidad a la que tenemos acceso y la que nos es impuesta como la única y verdadera.

Pensar que los medios se limitan a proponer la agenda a considerar, es decir, a fijar la atención de los públicos hacia determinados hechos o temas, es menospreciarlos en su verdaderos alcances. Los medios dan forma al mundo que nos rodea para hacerlo digerible y asimilable. Los medios hablan por todos: por Ud., por mí y por los otros, y nuestra respuesta, si en verdad estamos en condiciones de darla, en términos recíprocos y paritarios, estará siempre condicionada por su apelación previa. Será, en el mejor de los casos, la respuesta a un estímulo precedente sobre el cual carecemos de cualquier tipo de control.

El tema de las tecnologías actuales de la información y la democracia, tal como se presenta en las pos-trimerías de este siglo, es, sin lugar a dudas, controversial e inagotable. Se trata de un proceso que apenas inicia su desarrollo y sobre el cual, en consecuencia, no pueden hacerse

afirmaciones definitivas. Sin embargo, es evidente que las tendencias hacia una mayor concentración del poder mediático de las grandes corporaciones y hacia la uniformización y banalización de los mensajes, rasgos que seguramente se acentuarán en el futuro previsible, son suficientes para poner en duda la visión optimista de quienes predicen, por mero milagro tecnológico, una nueva era democrática fundada en la transparencia y el diálogo igualitario.

Un examen más completo del problema aquí planteado, exigiría también considerar, por lo menos, dos aspectos adicionales:

1. La progresiva adscripción de la actividad política como tal a la actividad mediática, con las consecuencias que de este proceso se desprenden, y
2. La invasión de la privacidad de los individuos a través de los bancos de datos e información electrónica, cuestión que ya comienza a ser objeto de estudio y preocupación en muchos países.

NOTAS

- (1) Estamos conscientes de que la expresión "Nuevas Tecnologías de la Información", es sumamente imprecisa. Basta con que nos preguntemos: qué entendemos por "nuevas" para que nos demos cuenta de su ambigüedad. La empleamos, no obstante, por ser la más extendida en el ámbito académico.

BIBLIOGRAFÍA

- MATTELART, ARMAND. (1973) *Agresión desde el espacio. Cultura y napalm en la era de los satélites*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- _____. (1997) "Utopía y realidades del vínculo global. Para una crítica del tecnoglobalismo", en *Revista Diálogos de la Comunicación*, N° 50, Octubre, Lima, Perú.
- VALENZUELA FEJOO, JOSE C. (1994) *El mundo de hoy. Mercado, razón y utopía*. Editorial Anthros, Santafé de Bogotá, Colombia.

* *Doctor en Historia, Licenciado en Periodismo. Profesor Titular del Departamento de Comunicación Social de la Universidad de los Andes, Táchira.*