VIRTUalis

De niveles, regulaciones capitalistas y cables submarinos: Una introducción a la arquitectura política de Internet

México: sociedad de la información o sociedad del conocimiento

Análisis sobre el uso de Facebook según medios electrónicos en México

Apropiación de Internet en adultos en la vida cotidiana: algunas experiencias

La prensa de papel frente a los nuevos medios. Revisión crítica del futuro del periodismo

Entrevista a Juan Luis Cebrián

Número 1 Enero - junio 2010

CONTENIDO

Presentación

Claudia I. García Rubio 3

Artículos

De niveles, regulaciones capitalistas y cables submarinos: Una introducción a la arquitectura política de Internet 5
Mariano Zukerfeld

México: sociedad de la información o sociedad del conocimiento 22
María de la Luz Casas Pérez

Análisis sobre el uso de Facebook según medios electrónicos en México 44
Lidia A. García González

Apropiación de Internet en adultos en la vida cotidiana: algunas experiencias 58
Erika Rueda Ramos

La prensa de papel frente a los nuevos medios. Revisión crítica del futuro del periodismo 71
María del Carmen Fernández Chapou

Reseñas y entrevistas

Entrevista a Juan Luis Cebrián. La industria del periodismo en la era digital 86
Por María Elena Meneses Rocha

Directorio

Vivian Antaki Saporta, Jacob Bañuelos Capistrán, Claudia I. García Rubio, Octavio Islas Carmona, María Elena Meneses Rocha, Paola Ricaurte Quijano y Osmar Sánchez Aguilar

Coordinadora del número 1
Claudia I. García Rubio

Comité científico
Joaquín María Aguirre. Universidad Complutense de Madrid
Richard Cole. University of North Carolina Chapel Hill
Mary Lynn Young. University of British Columbia
Francisco García García. Universidad Complutense de Madrid
María de la Luz Casas Pérez. Tecnológico de Monterrey
Carles Feixa. Universidad de Lleida

Diseño y formación de revista
Josefina Hernandez Díaz

Web editor
Vidal Diazleal Ortega

"**VIRTUALIS**, Año 1, número 1, enero-junio 2010, publicación semestral, editada por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Ciudad de México, a través de la Dirección de Investigación y de la Escuela de Humanidades y Ciencias Sociales, bajo la dirección y recopilación de la Cátedra de Investigación "Sociedad de la Información y del Conocimiento", domicilio Calle del Puente #222, Colonia Ejidos de Huipulco, Delegación Tlalpan, México, D.F., C.P. 14380, http://www.ccm.itesm.mx/ehcs/dec/virtualis.html. Editor responsable Dra. María Elena Meneses Rocha, datos de contacto: marmenes@itesm.mx, teléfono (55) 54832297. Número de Reserva de Derechos 04-2010-100613063500-213, ISSN: en trámite, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Responsable de la última actualización de éste número Ing. Vidal Diazleal Ortega, responsable web del Campus Ciudad de México. Fecha de última actualización el 20 de enero de 2010. El editor, no necesariamente comparte el contenido de los artículos y sus fotografías, ya que son responsabilidad exclusiva de los autores. Se prohíbe la reproducción total o parcial del contenido, fotografías, ilustraciones, colorimetría y textos publicados en este número sin la previa autorización que por escrito emita el editor."

PRESENTACIÓN

Claudia I. García Rubio*

En enero de 2010 logramos sacar a la luz el primer número de la revista semestral Virtualis, que estará vigente entre enero y junio 2010. Inspirados del latín virtus, que significa fuerza y potencia, los investigadores adscritos a la Cátedra Sociedad de la Información y del Conocimiento del Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México, decidimos en 2009 crear Virtualis, publicación electrónica que se distribuirá gratuitamente en la red, gracias a las colaboraciones de investigadores y académicos, así como gracias al apoyo de nuestros dictaminadores externos.

Virtualis es un espacio abierto y plural para la reflexión, estudio y análisis de las nuevas tecnologías, de la industria mediática, así como de la economía y política de la sociedad digital. La publicación aspira a contribuir a la comprensión de las modificaciones producidas por las redes digitales en lo que hoy llamamos sociedad de la información y del conocimiento.

Desde una perspectiva multidisciplinaria y bajo el techo de las ciencias sociales, Virtualis busca esclarecer, con rigor científico, las situaciones y visiones -a menudo en tensión- que intervienen en la sociedad de la información y del conocimiento: el mercado, los intereses económicos y políticos, los avances técnicos, los variados deseos y consumo de la sociedad, la industria mediática, el impacto cultural... Las contradicciones y desigualdades producidas al seno de la sociedad de la información y del conocimiento también aspiran ser objeto de estudio, destacando principalmente en nuestros países la brecha digital. Virtualis también busca promover la reflexión sobre las nuevas formas de expresión artística y de apropiación cultural en los nuevos medios de comunicación, así como su gran variedad de aplicaciones.

La Cátedra Sociedad de la Información y del Conocimiento, bajo la dirección de María Elena Meneses Rocha, reúne a un grupo de investigadores del Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México que analiza, explica y coadyuva a establecer diagnósticos y tendencias en torno a los procesos sociales, políticos y culturales que tienen lugar en la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Este equipo académico también ha abierto espacios en diarios como El Universal, en donde semanalmente se publica un blog, también titulado Virtualis y en donde investigadores y comunidad intercambian información, opiniones y puntos de vista sobre lo que ocurre en la sociedad de la información y del conocimiento.

Es entonces con la vocación de comprender mejor el mundo en que vivimos –en la incipiente sociedad de la información- que las páginas de la nueva publicación se abren a las aportaciones de investigadores de cualquier latitud que compartan nuestra inquietud investigativa. Con este primer número inauguramos una etapa que esperamos sea larga y fructífera y, que contribuya en los estudios dedicados a las nuevas tecnologías.

El primer número de Virtualis consta de cinco artículos y una reseña, escritos por Mariano Zukerfeld, María de la Luz Casas, Lidia A. García González, Erika Rueda y María del Carmen Fernanández Chapou. También incluye una entrevista realizada a Juan Luis Cebrián. A nuestros colaboradores, antes que nada, les agradecemos su confianza en esta nueva propuesta editorial, así como su paciencia. También externamos nuestra gratitud a nuestros dictaminadores externos que valoran cada uno de los trabajos recibidos.

* Profesora e investigadora del Departamento de Estudios Culturales y del Doctorado en Estudios Humanísticos. Doctora en Ciencias de la Comunicación y de la Información de la Universidad Panthéon-Assas. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores.

La revista abre con el artículo de Mariano Zukerfeld titulado De niveles, regulaciones capitalistas y cables submarinos: Una introducción a la arquitectura política de Internet, en donde el investigador lejos de tener un entendimiento monolítico de la red, propone un novedoso, panorámico y esclarecedor esquema de la arquitectura actual de internet basado en el reconocimiento de cinco niveles o capas, profundizando especialmente en lo que llama la infraestructura, nivel que destaca por su oscuridad, por su concentración y por la ausencia de actores no capitalistas. El autor también sugiere la existencia de tres tipos de regulaciones en internet.

Después el lector encontrará una serie de trabajos que centran su atención especialmente en México. María de la Luz Casas Pérez ofrece el artículo titulado México: sociedad de la información o sociedad del conocimiento, en donde la investigadora discute la existencia de una sociedad de la información que conlleve a una sociedad del conocimiento en México y en donde resalta la necesidad de que el país diseñe una política para reducir la brecha digital y que la información se traduzca auténticamente en conocimiento.

Lidia A. García González trabaja la red social más consumida en México después de YouTube y propone el artículo titulado Análisis sobre el uso de Facebook según medios electrónicos en México. Se trata de un exhaustivo análisis cuantitativo realizado a partir de notas periodísticas y revistas electrónicas especialmente mexicanas acerca de la aparición del fenómenos comunicativo de Facebook y las diversas temáticas que han surgido durante la expansión y uso de esta red social.

Erika Rueda Ramos titula su artículo Apropiación de internet en adultos en la vida cotidiana: algunas experiencias, en donde destaca las experiencias de adultos mayores de 48 años de la Ciudad de México frente al manejo de herramientas tecnológicas y su modo de relacionarse con la tecnología en su vida cotidiana. Ella concluye que el contexto, las necesidades y objetivos de cada persona, independientemente de la edad, determinan la forma de acercarse y usar la tecnología.

Por su parte, María del Carmen Fernández Chapou, interesada en el devenir del periodismo, escribe el artículo La prensa de papel frente a los nuevos medios. Revisión crítica del futuro del periodismo, en donde expone y esclarece los mitos que envuelven a la prensa en línea, así como los principales retos y desafíos del periodismo.

El interés por el periodismo continúa en la sección dedicada a entrevistas, reseñas y semblanzas, con la entrevista que realizó para este primer número María Elena Meneses Rocha, quien ofrece la lúcida visión de Juan Luis Cebrián, fundador de El País, sobre la industria del periodismo en la era digital.

Con este primer número, Virtualis se complace en abrir sus páginas a todos los artículos que se interesen en el estudio y análisis de la sociedad de la información y exhortamos a nuestros colaboradores a seguir publicando en la revista. Al mismo tiempo refrendamos nuestra invitación a la comunidad académica y científica para que se acerquen a la publicación. Desde ahora, les reiteramos a todos nuestra gratitud y confianza.

Mariano Zukerfeld*

De niveles, regulaciones capitalistas y cables submarinos: Una introducción a la arquitectura política de Internet

Resumen

El objetivo de este artículo es doble. Por un lado, proponer un sencillo esquema respecto de la arquitectura actual de Internet, basado en distinguir cinco niveles o capas: Infraestructura, Hardware, Software, Contenidos, Red Social. Lamentablemente, es habitual que los análisis que se hacen sobre la llamada ¨red de redes¨ tiendan, tácitamente, a entenderla como un ente monolítico. No obstante, es evidente que sus distintos niveles exhiben regulaciones jurídicas, propiedades económicas y dinámicas sociológicas sumamente diversas. En este sentido, intentamos sugerir que tres tipos de regulaciones (propiedad privada física, propiedad intelectual y apropiación incluyente) actúan con peso diferencial en las distintas capas.

Luego de esta presentación general, por razones de espacio, aquí nos concentramos en el análisis de sólo uno de esos cinco niveles. En efecto, y este es el segundo objetivo de este trabajo, intentaremos explorar brevemente el nivel de la *Infraestructura*, probablemente el más opaco de los cinco. Nuestra breve incursión arroja un resultado claro: este nivel presenta rasgos opuestos a los de las capas superiores (el software, los contenidos, las redes sociales). Exhibe una concentración altísima, está lejos de toda forma de horizontalidad, carece de actores no capitalistas y, efectivamente, el gran público sabe poco y nada de él.

Palabras clave: Internet, apropiación incluyente, infraestructura, regulaciones

Abstract

The objective of this paper is two folded. On one hand, we´re trying to advance the proposal of a simple scheme about the Internet´s architecture, based on the distinction of five layers: Infrastructure, Hardware, Software, Contents and Social Networks. Unfortunately, it is frequent that the analyses about the so called ¨net of networks¨ treat it like a monolithic thing. However, it is clear that Internet´s different layers show very dissimilar law regulations, economic properties and sociological dynamics. Consequently, we try to suggest that three types of regulations (physical private property, intellectual property and inclusive appropriation) act with differential weight in the different layers.

* Licenciado en Sociología (UBA), Magister en Ciencia Política y Sociología (FLACSO), Doctorando en Ciencias Sociales (FLACSO). marianozukerfeld@gmail.com

The next step is the specific analysis of the levels. Due to space constraints, here we focus on only one of those five layers. Indeed, our second objective is to explore the Infrastructure layer, probably the most opaque of them. Our brief incursion poses a clear result: this layer shows opposite characteristics to those of the higher layers (software, contents, social networks). It is highly concentrated, it is far from any form of horizontality, it has an absence of non capitalist actors and, certainly, we don´t know anything about it.

Key words: Internet, Inclusive Appropriation, Regulations, Infrastructure.

Introducción

¿Qué es Internet? Esta pregunta puede responderse de distintas formas, que resultan, en general, poco satisfactorias. Internet es una ¨red de redes¨, pero es más que eso. Es un ¨sistema de comunicación¨ pero excede largamente a esa descripción. Y, especialmente, cuando se señala que Internet es una red de intercambio de información ¨horizontal¨ o que no puede ser controlada, se entra en aguas más pantanosas[i]. En realidad, la dificultad surge de que la arquitectura de Internet está compuesta por varios niveles que tienen características disímiles y que, por ende, resisten simplificaciones homogeneizadoras. Claro, desde el sentido común y la academia solemos olvidar algunas de esas capas y por eso las simplificaciones prosperan. O, mejor, el problema es que nos acostumbramos a pensar a Internet como una *multiplicidad horizontal*, pero no como una *estratificación vertical* [ii]. Se sabe que conecta millones de redes y cualquier novedad en el sentido de la variedad que esto supone se asimila fácilmente. Sin embargo, quienes investigamos en estos temas en las ciencias sociales dejamos de lado, por mucho tiempo, la elemental cuestión de que Internet supone un amplio conjunto de interacciones verticales entre sus componentes[iii].

En cualquier caso, una preocupación fundamental de las líneas que siguen es proponer un sencillo esquema que dé cuenta de estos niveles, estratos o capas con que cuenta Internet actualmente[iv]. Así, limitadamente, intentaremos responder a una pregunta operativa: ¿qué elementos hacen falta para que Internet, sea lo que sea, funcione? En la primera sección, entonces, veremos un esquema práctico, más complejo que el que pulula en las ciencias sociales pero, ciertamente, más simple que el que conformaría a un ingeniero. En la segunda sección introducimos algunos comentarios respecto de las diferencias en términos de las regulaciones que gobiernan a cada nivel. La tercera sección, está consagrada al análisis del menos conocido de los niveles que proponemos: el de la infraestructura. Buscaremos mostrar que éste presenta rasgos opuestos a los que suelen atribuirse a las capas superiores y a Internet en general. Finalmente, exponemos algunas conclusiones y sugerimos futuras líneas de investigación.

I. Los cinco niveles de la Arquitectura de Internet

En nuestra opinión hay cinco niveles distinguibles analíticamente pero, claro, inescindibles en términos empíricos. Ellos, y algunos de los subniveles que los habitan pueden verse en el gráfico nro. 1. Enseguida haremos una breve descripción de cada uno de ellos.

Gráfico n°. 1
Niveles y subniveles de la arquitectura de Internet

Niveles	Sub-niveles
e. Red Social	16) Comunidades 15) Usuarios, Moderadores.
d. Contenidos	14) Imágenes, Audios, Textos.
c. Software	13) Software de cada página web 12) Buscadores 11) Navegadores 10) World Wide Web (www) 9) E-mail 8) TCP/IP 7) Software de los niveles de infraestructura y hardware
b. Hardware	6) PC's, teléfonos móviles, netbooks, etc. 5) Modems/ Routers 4) Servidores de los ISP/ Servidores de las distintas empresas basadas en la Web
a. Infraestructura	3)Tendidos de fibra óptica continentales-Backbones 2) Satélites 1) Cables submarinos

Fuente: Elaboración propia

a. El nivel de la *Infraestructura* es el más básico y el que suele olvidarse con mayor facilidad. No es difícil notar que los flujos de información digital circulan *por algún lado*. Y en última instancia, ese ¨algún lado¨ refiere a una serie de artefactos sumamente costosos que sólo pueden ser instalados, mantenidos y renovados con enormes sumas de capital. De manera sencilla, podemos decir que la infraestructura incluye ante todo Cables submarinos y satélites para transmitir información digital de manera intercontinental. Pero, naturalmente, incluye también los tendidos de fibra óptica que llevan la información dentro de los continentes. Las principales redes de este tipo que opera un proveedor dado, verdaderos pilares de Internet, suelen conocerse como *backbones* [v].

b. En segundo lugar, tenemos el nivel que denominamos del *Hardware*. Incluye a las tecnologías digitales necesarias para unir a cada uno de los nodos de Internet pero también para almacenar la información circulante. Esto incluye distintos tipos de máquinas. En el escalón más básico de este nivel, podemos situar a las computadoras que actúan como servidores de las empresas que proveen Internet (ISP) o a las que almacenan los datos de las distintas compañías. Las que usa América On Line son un ejemplo del primer tipo, las que You Tube utiliza para almacenar sus videos o Google sus bases, lo son del segundo. Por encima de este subnivel tenemos a las Pc´s individuales, a las que se utilizan en los locutorios o las universidades, etc., pero también a las netbooks y, crecientemente, a los artefactos de telefonía móvil que van apoyándose en aplicaciones de Internet. Aquí hay que computar, además, a los modems y routers necesarios para encarrilar los flujos de información digital hacia la llamada ´autopista de la información´.

Los niveles a. y b. están basados en conocimientos objetivados en artefactos tecnológicos. No obstante, presentan diferencias. De manera simplificada, hay que decir que las tecnologías del nivel a. tienen costos de producción unitarios infinitamente mayores que las del nivel b. Así, mientras la mayoría de los medios de producción del nivel del hardware se han vuelto, en los últimos años, disponibles incluso a nivel hogareño, los del nivel de la infraestructura requieren de colosales inversiones sólo factibles de ser realizadas por poderosos consorcios empresarios o por agencias estatales.

Posiblemente, la causa de esta discrepancia pueda rastrease en un hecho sencillo: el nivel del hardware es fuertemente dependiente de los microprocesadores o chips, mientras que el de la infraestructura cuenta con otros insumos. Y los chips, como lo indica el comportamiento de la fuerzas productivas denominado Ley de Moore [vi], presentan una tendencia notable y sostenida a la baja de sus precios, cosa que no ocurre, al menos en la misma medida, con los insumos que utiliza el nivel de la infraestructura.

c. Este nivel, el del *Software*, es el que suele asimilarse a Internet, en una habitual sinécdoque tecnológica. A su vez, este es el nivel más heterogéneo. Presentamos una división en subniveles imprecisa pero sencilla. Ante todo, hay que dejar en claro que el software está presente en los niveles a. y b. En efecto, para que la infraestructura y el hardware funcionen, una multitud de programas, de complejidad variables, han de prestar sus servicios. Luego tenemos dos softwares que son los pilares de este nivel: el Transfer Control Protocol y el Internet Protocol [vii] (TCP e IP, respectivamente). Por encima del TCP/IP aparecen los programas que son específicamente los que el usuario suele pensar como sinónimos de Internet: el email y sobre todo la World Wide Web. Sobre ésta se montan dos clases de programas muy conocidos. Por un lado, los navegadores. Ellos nos permiten ir de una página web a otra. Por otro, los softwares Buscadores. Sin ellos, encontrar

los contenidos deseados en una Web caótica y en violenta expansión se tornaría poco menos que imposible. Por último, en este apurado resumen mencionamos a los numerosos softwares que hacen que las distintas páginas web funcionen.

d. Este cuarto nivel, de los *Contenidos*, es aquél con el que interactúa todo usuario de Internet. Aquí está lo que el usuario va a buscar a Internet, el objetivo de su exploración. Refiere a los textos, la música, los videos, las fotos, los datos y toda forma de Información Digital que puede utilizarse on line o descargarse.

Los niveles c. y d. comparten el rasgo de que están íntegramente hechos de conocimientos codificados digitalmente, son pura información digital o Bienes Informacionales primarios (Zukerfeld, 2007). Así, pueden copiarse con costos marginales cercanos a 0: son *replicables*. Naturalmente, esto tiene amplias consecuencias económicas y legales.

e. El nivel que hemos denominado *Red Social* es el que más atrae a los sociólogos. Evidentemente, Internet no funciona si no hay sujetos que hagan uso de ella. En un sentido, esto refiere a individuos portadores de conocimientos subjetivos: en un nivel elemental, que sepan navegar, bajar música o enviar e-mails. Un poco por encima, alude a usuarios portadores de saberes que los conduzcan a producir contenidos: redactar blogs, subir música, ofrecer sus programas. Pero también son necesarios usuarios que ejerzan roles especializados: moderadores, organizadores de foros, etc. No obstante, este nivel de Red Social apunta a un fenómeno que en el último tiempo está sobre el tapete. Se trata de la conformación de ¨comunidades virtuales¨ (al decir de Rheinghold, 1996) o de ¨redes sociales¨ (Taspcott y Williams, 2007). No se trata aquí de usuarios individuales, sino de Conocimientos Intersubjetivos, del capital social (Bourdieu, 1985) o del Reconocimiento (Ricoeur, 2006; Zukerfeld, 2007), de colectivos digitales que son el alma de la llamada ¨la web 2.0¨. Twitter, Facebook o My Space son ejemplos de esas redes o, mejor, de empresas que conforman y explotan la conformación de esos colectivos.

La ausencia de cualquiera de estos niveles o la incompatibilidad entre ellos harían que Internet, sencillamente, no funcione. Por supuesto, la división en subniveles es meramente ilustrativa y podría hacerse de manera notablemente más precisa, pero eso no favorecería la imagen general que queremos presentar. Pasemos, ahora, a reflexionar sobre este esquema.

II. Las regulaciones capitalistas de los distintos niveles: Propiedad privada física, propiedad intelectual y apropiación incluyente

Una de las diferencias más notables entre los distintos niveles está en los tipos de regulación que los gobiernan [viii]. La hipótesis que quisiéramos defender es que, previsiblemente, los dife rentes niveles presentan preponderancias de diversas modalidades regulatorias, como puede verse en el gráfico nro. 2.

En una primera instancia, parecería haber sólo dos grandes formas de regulación capitalista del acceso a las distintas capas de la red: la propiedad privada física y la propiedad intelectual. Inmediatamente se advierte que la propiedad privada física es decisiva respecto del nivel de la infraestructura y que conserva importancia en algunos escalones del nivel del hardware. No obstante, cuando llegamos a los niveles del software, los contenidos y las redes sociales, aquélla pierde relevancia.

La propiedad intelectual, es sabido, refiere a un amplio conjunto de instituciones. Esto debe ser destacado porque lo que se observa es que a medida que cambiamos de nivel no sólo se modifica el peso relativo de la propiedad intelectual, sino que, ante todo, varía el tipo de derechos específicos que predominan para regular un estrato determinado. Por caso, mientras en los niveles inferiores se destacan las patentes, en los del software y los contenidos lo hacen los derechos de autor. Es importante notar, en cualquier caso, que la propiedad intelectual está con mayor o menor énfasis presente en todos los niveles.

Naturalmente, la propiedad privada física y la propiedad intelectual son utilizadas de manera combinada. Los casos de AT&T e Intel que figuran en el gráfico sugieren que mientras en el nivel de la Infraestructura el mix suele arrojar una ponderación favorable a la propiedad física, el del hardware es dominado por la propiedad intelectual.

Pero, notablemente, la propiedad intelectual ejerce una fuerte presencia –y estimula encendidos debates- en los niveles del software y los contenidos, esto es, los niveles en los que se regulan puros bienes informacionales primarios. En este sentido, pese a la portentosa expansión de estos derechos acaecida en las últimas décadas (Zukerfeld, 2008) y a que tal expansión estuvo específicamente enderezada a lidiar con la replicabilidad de este tipo de bienes, la información digital se mantiene indócil a los derechos de propiedad intelectual. Por supuesto, muchas empresas capitalistas han logrado basar sus negocios en la gestión de los derechos de autor –en el cuadro tenemos los ejemplos de Microsoft para el nivel del software e Itunes para el de los contenidos-. Pero en ningún caso han podido cerrar las grietas que les impiden apropiarse de la totalidad de las rentas que la ley les confiere: las copias ilegales no logran ser detenidas en ninguna esfera. Por eso, ante los límites de la propiedad intelectual para gestionar los bienes informacionales, he aquí el punto, una nueva forma de regulación capitalista está avanzando en los niveles superiores de la red: la *Apropiación Incluyente*.

Se trata de una modalidad que, a diferencia de la propiedad (física e intelectual), no se basa en la exclusión. Por el contrario, tiene como sustento la estimulación del acceso libre y la conformación de comunidades. En lugar de fundar la ganancia capitalista en cercamientos al acceso, la apropiación incluyente se concentra en aprovechar la producción impaga de conocimientos (los marxistas dirían ¨trabajo¨ en vez de conocimientos) de los internautas (y los autonomistas preferirían hablar de las ¨multitudes¨). Así, en términos económicos algo toscos, podría proponerse que donde la propiedad intelectual busca aumentar el precio del producto, la apropiación incluyente tiene como objetivo bajar al mínimo los gastos de los insumos. Esto se complementa con estrategias de negocios basadas en la publicidad, la venta de bases de datos, la gestión de las comunidades, y, claro, la venta de los productos a precios cercanos al costo marginal. En el gráfico nro. 2 tenemos algunos ejemplos. En el nivel del software, tenemos el caso de Red Hat, que es una distribución de Linux. Éste último, un software libre, fue producido con los conocimientos de miles de programadores ad honorem y concebido originalmente como un producto no mercantil. Sin embargo, Red Hat y otras empresas han sabido montarse en esas enormes masas de trabajo gratuito y aprovecharlas para ofrecer un producto comercial. Este esquema de negocios permite que los adquirentes del software puedan copiarlo o modificarlo libremente. La comparación con Windows es interesante, y más matizada de lo que suele suponerse. En ambos casos tenemos modelos orientados a la consecución del lucro. En el modelo Red Hat, el no pago de los conocimientos de los programadores voluntarios se compensa con el permiso a las modificaciones y copias. En el modelo Windows, el pago a los programadores de su trabajo se traduce en la dependencia del copyright. Queda claro aquí que la habitual fórmula Windows=malo/ Linux=bueno no es tan lineal: ¿es más ético no pagar a los trabajadores que cobrar a los usuarios?

En el nivel de los contenidos, tenemos ejemplos como My Space o You Tube (el cuál se combina con otras modalidades, como intenta mostrar su oblicua posición en el gráfico). En esos casos, los negocios se basan en aprovechar los contenidos creados o generados por los usuarios (vid. Gervais, 2009). En efecto, son los videos o temas musicales de estas páginas los que atraen el tráfico de atención humana que las compañías capitalizan a través de la venta de publicidad. Sin embargo, la apropiación incluyente en el nivel de los contenidos es inescindible del nivel de la red social. Todas estas empresas crean comunidades. No se trata sólo de individuos aislados subiendo sus contenidos, sino de la creación de colectivos digitales. Pero, claro está, el mix de contenidos y red social puede variar. En algunos casos, como Facebook, Hi5, Orkut, Twitter y otros, los contenidos ocupan un lugar puramente marginal frente a la constitución de redes de reconocimiento. *Así, no deja de ser un giro llamativo que el capitalismo, inventor y catalizador de la individualidad y el individualismo apoye su modelo de negocios más avanzado en la noción de comunidad* (claro, con un poderosa resignificación respecto de la gemeinschaft de la sociología clásica); que el sistema que universalizó el concepto de propiedad, haga punta en un esquema que prescinde en buena medida de él (cfr. Anderson, 2009; Tapscott y Williams, 2007). Mucho más hay para decir de la apropiación incluyente, pero por el momento, veamos el resumen de las relación entre las tres regulaciones y los niveles en el cuadro nro. 2 y pasemos a concentrarnos en el análisis del nivel menos conocido de Internet.

Gráfico n°. 2
Tipos de regulación y niveles de la arquitectura de Internet

Tipo de regulación / Nivel	Propiedad Privada Física	Propiedad Intelectual	Apropiación Incluyente
Red Social		Tradesecrets, Trademarks, Protección de bases de datos	Apropiación de datos y gestión de la Atención . facebook YouTube
Contenidos		Derechos de Autor iTunes	Apropiación de Contenidos Generados por los usuarios (UGC)
Software		Derechos de autor Patentes Microsoft	Apropiación del trabajo impago del Software Libre redhat
Hardware	Propiedad de servidores, etc. intel	Patentes, Protecciones sui generis	
Infraestructura	Propiedad de cableados submarinos satélites, etc. at&t	Patentes	

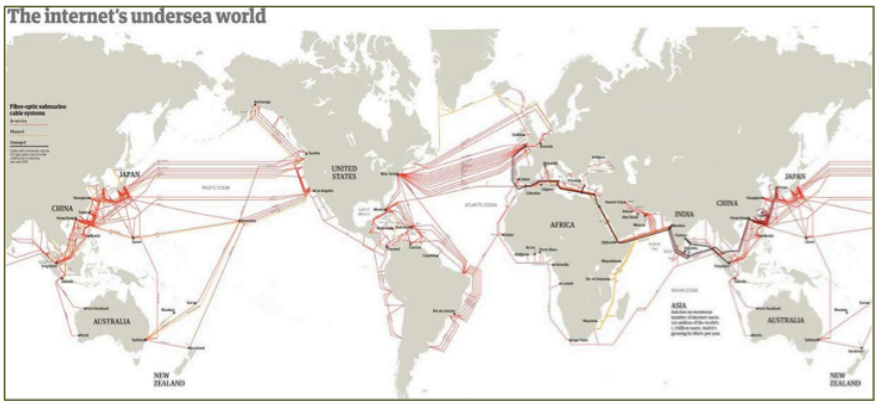
Fuente: Elaboración propia

III.
El nivel de la infraestructura:

Como primera observación, extremadamente general, hay que decir que mientras la idea habitual de ´un ámbito horizontal´, ´sin control´ ´con una multiplicidad de actores involucrados´ se aplica, a los niveles c, d y e, y con cierto esfuerzo lo hace al nivel b - siempre *con la arquitectura actual* [ix]-, en modo alguno describe lo que pasa en el nivel a. Por más extraño que parezca esto, los tendidos submarinos de fibra óptica, los backbones continentales y los satélites pertenecen a unas pocas empresas que oligopolizan la circulación de los flujos de información digital. Que ejerzan o no la restricción al acceso a sus bienes, o que lo hagan de un modo u otro, es una cuestión secundaria respecto de esta idea fundamental y poco mencionada hasta ahora: *mientras se celebra el hecho cierto de la expansión democratizante del extremo de la red social o de la capa los contenidos, a la vez que se afirma la efectiva potencia de los millones de usuarios para superar determinadas instancias regulatorias, la infraestructura de Internet es propiedad de un puñado de empresas capitalistas*. Tenemos una curiosa pirámide invertida, en la que la base está fuertemente concentrada y las capas superiores cuentan con una masificación mayor.

En este sentido, hay que discutir otra impresión de sentido común y que, más aún, es bastante habitual entre quienes nos dedicamos a estudiar las implicancias socioeconómicas de Internet. Cuando aprendemos que Internet funciona en base a una serie de protocolos que se encargan de hallar caminos alternativos para los paquetes de información, tendemos a representarnos la imagen de que las vías que puede recorrer la información son infinitas y que no hay puntos críticos, ni cuellos de botella (al fin y al cabo, ese es el fin con el que fue construida). Aunque lo primero es bastante cierto, lo segundo es bastante falso. Para el caso del nivel de infraestructura y especialmente en términos intercontinentales, los caminos que recorre la información digital no son tan variables. Tanto las vías satelitales –que representan, simplificadamente, un 10% del tráfico de Internet- como los tendidos submarinos que llevan Internet de un continente a otro –y constituyen el restante 90% del tráfico (DaBouza, 2008)- no sólo no son infinitos: son bien limitados. Podemos ver esto en el gráfico siguiente

Gráfico n°. 3
Tendidos oceánicos de fibra óptica

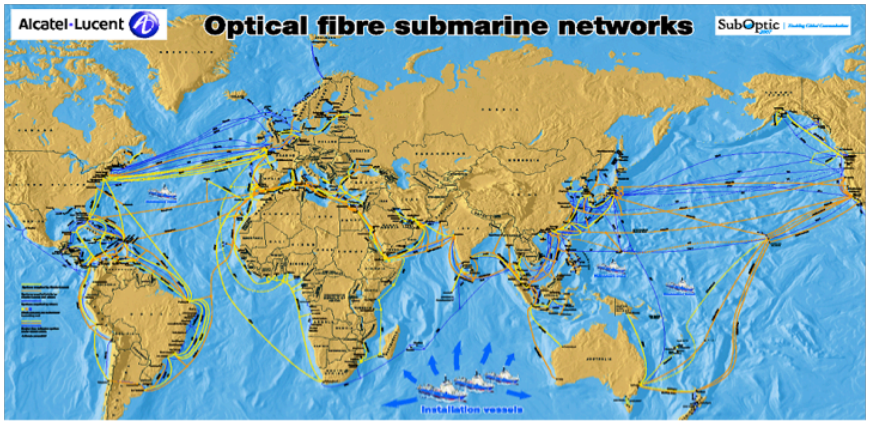


Fuente: Telegrography.com, citado en Da Bouza, 2008

Las líneas rojas representan los tendidos en actividad y las amarillas los cables proyectados. Pero detengámonos un momento en los trazos negros, que muestran los cables que salieron de actividad durante un accidente ocurrido en el canal de Suez a principios de 2008. Esta rotura significó que 60 millones de personas se quedaran sin Internet en la India, 12 millones en Pakistán, 6 millones en Egipto, 4,7 millones en Arabia Saudita, 1,7 millones en los Emiratos Árabes Unidos, 0,8 millones en Kuwait y 0,3 millones en Qatar. Estas 85 millones de personas notaron rápidamente que la información no siempre encuentra caminos alternativos en Internet.(The Guardian, 1-2-2008) Por supuesto, en pocos días el flujo de bienes informacionales pudo restablecerse, pero estamos hablando de la respuesta ante un accidente y no ante un ataque militar tácticamente planeado. En términos de estrategia bélica –o terrorista, lo mismo da- tal como se concibió Internet originalmente, es claro que actualmente la *infraestructura es un punto crítico de Internet*. Si se averían o, por el motivo que fuere, algunos tendidos salen de circulación, en muchos casos no hay vías alternativas inmediatas. Otro ejemplo en este sentido. Estas líneas se escriben en la ciudad de Buenos Aires. Si se mira el mapa anterior se verá que la conexión de Argentina con Internet depende, casi en su totalidad, de tres cables submarinos *que convergen en el mismo punto: la pequeña localidad de Las Toninas*. Nótese que este esquema es bien distinto del de los Backbones norteamericanos que con el formato reticular buscaban anular los puntos críticos, proveyendo caminos alternativos a la información digital circulante. Así, si por algún motivo ese nodo de las Toninas saliera de funcionamiento, la Argentina perdería un buen porcentaje de sus comunicaciones de datos con el resto del mundo.

Una primera reflexión, entonces, es que la infraestructura no es infinita ni fácilmente reemplazable en todos los casos. Una vez aceptado esto, aparece la pregunta crucial ¿quién produce los tendidos submarinos y los satélites? ¿quién los controla? ¿Son una multiplicidad de actores, como ocurre con las páginas web? La respuesta es, definitivamente, no. Se trata de unas pocas empresas con alguna participación gubernamental en algunos casos. Esto se añade al punto anterior: la infraestructura es un punto crítico no sólo porque los tendidos y satélites no son tantos, sino ante todo porque es dominada por unos pocos proveedores privados. En este sentido, veamos un mapa parecido al previo:

Gráfico n°. 4
Tendidos submarinos construidos por Alcatel Lucent



Fuente: http://www1.alcatel-lucent.com/ /refs/World_Map_2007_LR.pdf

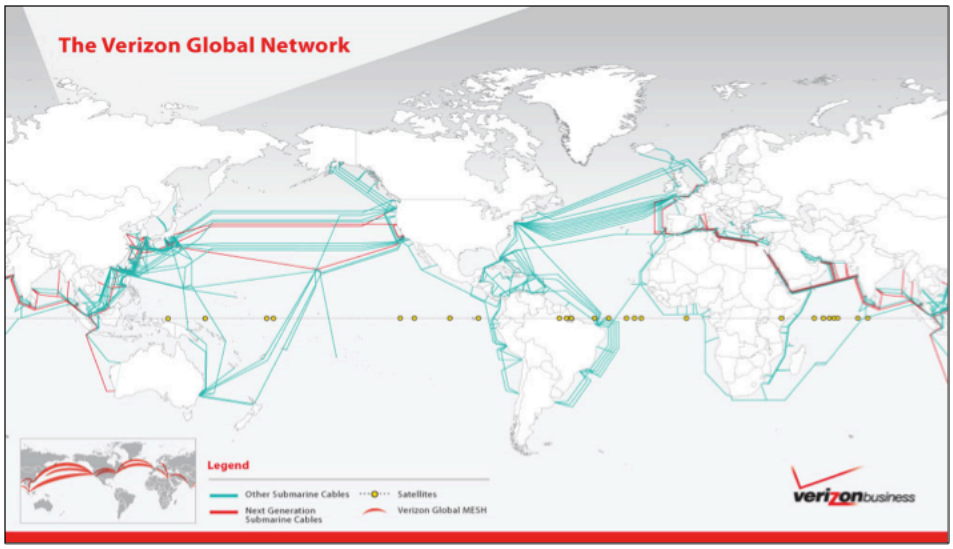
Los tendidos graficados son los mismos que en el mapa anterior, pero la diferencia notable es que el mapa está hecho por una empresa, Alkatel Lucent, que desea mostrar a sus potenciales clientes la magnitud de su incidencia en el tráfico mundial de información digital. El color amarillo indica ahora los tendidos que fueron construidos *exclusivamente* por la compañía. El marrón, los que desarrolló con otras corporaciones. Los pocos cables señalados en azul representan aquellos tendidos en los que esta compañía no estuvo involucrada. No es difícil notar que la construcción y reparación de miles de kilómetros de cables está masivamente bajo la órbita de esta multinacional de la que dependen 77.000 empleados de manera directa. AlkaTel Lucent construye el cableado y lo entrega, llave en mano, a los consorcios de operadores que pasan a controlarlo [x]. A su vez, es notable que aunque la capacidad en uso de esos cables es limitada, casi la totalidad de ésta ya ha sido adquirida por distintos consorcios [xi]. A la fecha, no hemos podido conseguir una lista exhaustiva de éstos pero, por ejemplo, podemos mostrar un mapa de Global Crossing, una de las empresas líderes.

Gráfico n°. 5
Cables submarinos y terrestres operados por Global Crossing

Fuente: http://www.globalcrossing.com/network/network_interactive_map.aspx

La empresa provee Internet a la friolera de 690 ciudades en los 6 continentes y otorga 2900 millones de conexiones IP. Pero más notable que la foto, que muestra que el control de los tendidos recae en pocas manos, es la película que exhibe el proceso de concentración. Por ejemplo, Verizon Bussiness adquirió CompServe y UUNET –dos empresas que de por sí eran líderes mundiales- en 1998, Totality y NetSec Security Services, en 2005, y MSI –la empresa que había liderado el mercado del e-mail comercial- en 2006. Actualmente cuenta con 33.000 empleados y controla los siguientes tendidos.

Gráfico n°. 6
Tendidos submarinos controlados por Verizon

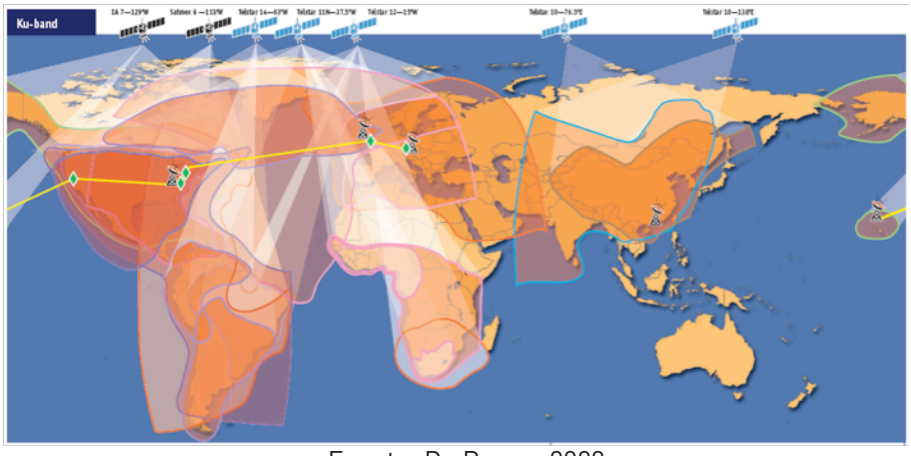


Fuente: http://www.verizonbusiness.com/worldwide/about/network/maps/map.jpg

El mapa es impactante; si se lo compara con el mapa del total de los tendidos submarinos que vimos antes, se advertirá que Verizon está presente en casi todos los consorcios que operan los cableados. No es sorprendente, en este marco, saber que la empresa facturó U$S 93.000 millones en 2007, de los cuáles 15.578 fueron ganancias [xii].

Previsiblemente, en el terreno satelital que, recordemos, representa un porcentaje pequeño del total de la información digital que circula por el globo, el panorama es similar. Por caso, Loral Skynet es una firma que opera, bajo el nombre de TelStar, cinco satélites propios (que cubren el 80% de la superficie terrestre) y varios arrendados . Además controla una red global de tendidos de fibra óptica continentales y submarinos. Veamos esto en un nuevo mapa corporativo:

Gráfico n°. 7

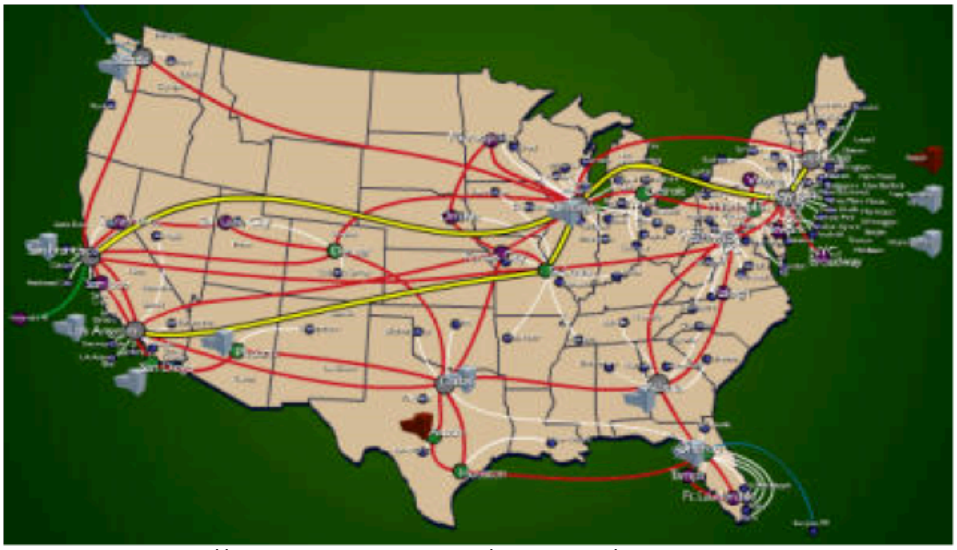


Fuente: Da Bouza, 2008

En el gráfico pueden verse, en azul, los cinco satélites propios de la empresa. En negro, los satélites alquilados. Finalmente, el amarillo señala los tendidos de fibra óptica. Otra vez resulta evidente que estamos ante operadores sumamente concentrados y poderosos [xiv].

Respecto de los backbones continentales, aún en los EE.UU. el nivel de concentración es importante. Por ejemplo, podemos ver en el gráfico el backbone de AT&T.

Gráfico n°. 8
Backbone de AT&T en EE.UU.



Fuente: http://www.dayanahost.com/index.cfm/p.1010-25489-0007.htm

Aunque desactualizado, el mapa muestra la enorme incidencia de una sola empresa en el tráfico de telecomunicaciones. Es difícil decidir si resulta más sorprendente la concentración en uno de los mercados tenidos por más competitivos del mundo o el hecho de que se trate de la empresa que en los ´60 y ´70 había pronosticado el fracaso de Internet. Naturalmente, la presencia de AT&T no se limita a este backbone: posee Points of Presence (POPs) en 850 ciudades de 50 países.

En resumen, hemos visto que tanto en los tendidos de fibra óptica submarina (en su construcción y operación), en las comunicaciones satelitales y en los backbones continentales, el control recae en manos de unos pocas multinacionales.

Y, sin embargo ¿cuánto sabemos de las empresas como éstas? ¿Conocemos su composición accionaria, sus afinidades políticas, sus caras visibles? Los medios están repletos de fotos de Bill Gates, de anécdotas sobre Google, de debates sobre Wikipedia, de comentarios sobre como la CNN o Murdoch controlan la información que nos llega a los ciudadanos pero ¿qué noticias tenemos de estos pulpos del nivel de la infraestructura? ¿Qué datos, qué nociones, qué nombres? Lamentablemente, no muchos. Sin dudas, éste es un camino que futuras indagaciones de las ciencias sociales habrían de abordar con urgencia.

Conclusiones

En este trabajo hemos intentado hacer tres aportes, interrelacionados, para entender la estructura, el funcionamiento, las regulaciones legales y la relación con la economía capitalista de Internet. En primer lugar, propusimos un esquema que, combinando aspectos técnicos, económicos y sociológicos diera cuenta de los distintos niveles que componen la arquitectura actual de la llamada ¨red de redes¨. Tratamos de mostrar que ese esquema recorta zonas con regulaciones jurídicas y propiedades económicas diversas -los niveles de la infraestructura, el hardware, el software, los contenidos y la red social- . En efecto, cuando desde las ciencias sociales solemos celebrar la multiplicidad y la apertura que tendría Internet, en realidad no hacemos otra cosa que tomar la parte por el todo. En este sentido, tanto en el terreno de los análisis científicos como en el de las políticas públicas, considerar las especificidades de los niveles parece un camino más conducente que el de tratar a Internet como un ente monolítico.

En segundo lugar, nuestro análisis de las distintas formas de regulación que predominan en los diversos niveles nos llevó a identificar, además de la propiedad privada física y de la propiedad intelectual, una modalidad relativamente reciente, que denominamos provisoriamente Apropiación Incluyente. Esta idea es el aporte más importante de este artículo. Aunque no hemos podido explorarla en profundidad, futuras investigaciones habrán de indagar en esta sorprendente forma de relación social capitalista que reniega de la exclusión y basa la apropiación impaga del trabajo –o mejor, del conocimiento- en la creación y gestión de comunidades; que se difunde con la filosofía de la cultura libre y colaborativa; y, ciertamente, que quizás constituya la alternativa más importante ante las limitaciones prácticas en el enforcement de la propiedad intelectual.

Finalmente, presentamos algunos datos para caracterizar el poco conocido pero decisivo nivel de la infraestructura de Internet. La concentración y opacidad que respecto de esta capa sugieren los mapas presentados incitan a colocar al tope de las agenda académica y política de la sociedad del conocimiento –mejor, del capitalismo cognitivo- a investigaciones que salden la falta de información sobre el particular y que permitan que las discusiones sobre la regulación, propiedad y gestión de la infraestructura de Internet ganen estado público.
Contamos con los lectores de la Revista Virtualis para compartir la realización de éstas y otras tareas investigativas que nos permitan entender políticamente a Internet y actuar sobre ella con bases más sólidas que las que brindan los discursos de moda.

Notas

[i] Un ejemplo de estas visiones no del todo erradas pero incompletas e ingenuas es el de James Gleick en la revista semanal del New York Times:
El hecho más difícil de admitir es que [internet]...; nadie es su propietario, nadie la mantiene operativa. Simple y llanamente son los ordenadores de todo el mundo conectados (Gleick, citado en Rifkin, 2000: 31)
Pero este tipo de perspectiva no es privativa de los medios de comunicación. También estaba presente en los mejores textos sobre la temática de mediados de los años ´90:
La arquitectura de Internet está tecnológicamente abierta, ***y lo seguirá estando***, permitiendo el amplio acceso público y limitando severamente las restricciones gubernamentales o comerciales a ese acceso... (Castells, 2006: 389 énfasis añadido)
O aún entre los ingenieros que crearon Internet, como Vinton Cerf
...nadie puede controlarla, y es el sistema más democrático que jamás se haya construido. (Cerf, reportaje en el diario El País, 27-5-2008)

[ii] No se trata, claro está, de oponer el análisis vertical al horizontal, sino de hacerlos interactuar dialécticamente, como intentamos hacer respecto de la historia de Internet en las páginas anteriores.

[iii] Aunque no tenemos elementos suficientes para afirmarlo, quizás sea interesante pensar si la hegemonía de los discursos inmanentistas y la masificación de las teorías sobre la reticularidad horizontal que se observa en las ciencias sociales y sus vecindades no confluyeron con cierta desinformación políticamente interesada en esta concepción sesgada de Internet.

[iv] Por supuesto, la idea de este tipo de esquemas no es una novedad de este artículo. La primera influencia en este sentido está en el libro Code, de Lawrence Lessig. Allí se menciona la existencia de tres niveles de la red (Lessig, 1999). En un libro posterior, The future of Ideas (2001), Lessig desarrolló en parte esta aproximación, aunque manteniendo la distinción en sólo tres niveles (capa física, código y contenidos).
Por fuera de las ciencias sociales es evidente que los ingenieros que originaron la web (P.ej. Berners Lee y otros, 2006) y todos los debates sobre la ¨net neutrality¨ (p.ej. Owen, 2007; Economides y Tag, 2007) conciben a Internet como un conjunto de niveles superpuestos e interactuantes .

[v] No es fácil encontrar referencias precisas para éste término, que tiene un uso en buena medida informal. La mejor descripción que hemos encontrado es la de Wikipedia:

The **Internet backbone** refers to the main "trunk" connections of the Internet. It is made up of a large collection of interconnected commercial, government, academic and other high-capacity data routes and core routers that carry data across the countries, continents and oceans of the world.
The Internet backbone consists of many different networks. Usually, the term is used to describe large networks that interconnect with each other and may have individual ISPs as clients. For example, a local ISP may provide service to individual homes or business using bandwidth that it purchases from another company with a backbone network. Backbone networks are usually commercial, educational, or government owned, such as military networks. (Wikipedia, Internet Backbones)

[vi] Desde principios de los ´90 viene observándose el siguiente comportamiento de la oferta de microchips: cada 18 meses su velocidad de procesamiento se duplica, manteniéndose su precio constante. O, lo que es lo mismo, cada 18 meses, el precio de un microprocesador cae a la mitad. Este mecanismo fue predicho por Gordon Moore, fundador de Intel, por lo que se lo conoce como la *Ley de Moore*. (Zukerfeld, 2007: 18) Naturalmente, la difusión de las Pc´s, teléfonos celulares, reproductores de mp3 y otros artefactos es solidaria de este comportamiento.

[vii] ¿En qué consiste el TCP/IP? Como se ha dicho, se trata de dos protocolos que actúan complementariamente. El segundo significa Internet Protocol. Se ocupa de asignar a cada máquina conectada a una red una dirección única, equivalente a una dirección postal. Esa dirección se expresa (en el IPv4) en términos de 4 números entre 1y 256, separados por puntos. Un protocolo posterior, el DNS, traduce los

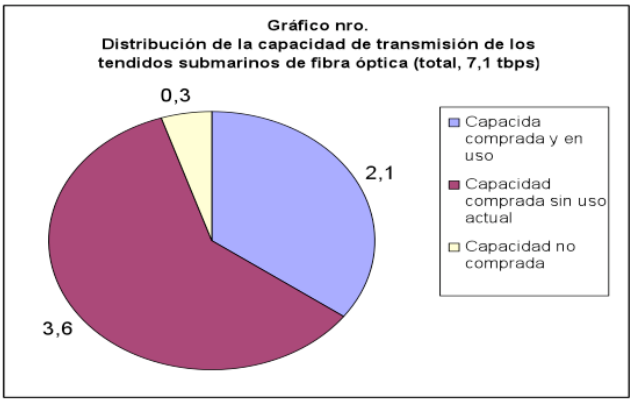
números IP a las direcciones ¨en letras¨ tal y como las tipeamos en la actualidad. El Transfer Control Protocol (TCP), por su parte, se encarga de operar la conmutación de paquetes a gran escala. Esto supone varias tareas: ´trozar´ la información que se quiere enviar, etiquetar cada paquete con la IP de origen y destino, indicar los caminos a seguir, enviar un mensaje al punto de partida confirmando la llegada de cada paquete o su extravío y rearmar el mensaje original en el punto de llegada

[viii] Vale aclarar que aunque varios de los niveles tuvieron y en cierta media tienen modalidades regulatorias no capitalistas, en esta sección sólo nos ocupamos de las modalidades específicamente mercantiles

[ix] También aquí, respecto de que la arquitectura actual de Internet no tiene por qué permanecer igual a sí misma y de que puede evolucionar, por ejemplo, hacia una modalidad que favorezca el control, hay que mencionar a Lessig (1999) como la fuente de la reflexión. De cualquier forma, no deja de ser notable que la profecía de la Internet altamente regulada que Lessig elaboró con lógica impecable no se haya cumplido, al menos hasta 2009.

[x] Agradecemos al Mg. Ignacio Perrone por corregir nuestros errores sobre este punto.

[xi] Para mayores precisiones, presentamos el siguiente cuadro:



Fuente: Elaboración propia, en base a Da Bouza, 2008.

[xii] De acuerdo al balance 2007, disponible, junto al de otros proveedores de Internet en http://www.isp-planet.com/research/rankings/usa.html

[xiii] Por cuestiones de comodidad sólo representamos la cobertura en Ku Band, la más extendida, y dejamos de lado los satélites que operan en C-Band.

[xiii] Por supuesto, estos tendidos submarinos y satelitales no sólo transmiten Internet, sino que también lo hacen con redes empresariales privadas y telefonía. En el caso de los cables de fibra óptica, el 72 % del ancho de banda utilizado es para Internet, el 27 para redes privadas y el 1% para llamadas telefónicas (Da Bouza, 2008: 5)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anderson, C. (2009) *Free: The Future of a Radical Price,* Nueva York: Hyperion,

Berners-Lee, T; Hall, W., Hendler, J. A.; O'hara, K.; Shadbolt, N. y Weitzner, D. J. (2006) A Framework for Web Science en *Foundations and Trends in Web Science*, 1 (1). pp. 1-130.

Castells, M. (2006)[1997] *La era de la información, tomo I ,La Sociedad Red* México DF: Siglo XXI.

_____ (2004). Informationalism, Networks, And The Network Society: A Theoretical Blueprint. en Castells, M. (Ed.), *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*. Northampton, MA: Edward Elgar.

_____(2000). Materials for an exploratory theory of the network society. en *British Journal of Sociology, Jan-Mar 2000, 51* (1), 5-24. London: Routledge. Retrieved January 29, 2007 from http://www.blackwell-synergy.com/links/doi/10.1111/j.1468-4446.2000.00005.x/enhancedabs/

Cerf, V. (1995) Computer Networking: Global Infrastructure for the 21st Century Retirado el 10-8-2009 en http://www.cs.washington.edu/homes/lazowska/cra/networks.html

Da Bouza, R. (2008) Topología actual de Internet, Trabajo final de investigación, editadopor Hipersociología.org y la Cátedra Informática y Relaciones Sociales de la Carrera de Sociología de la Universidad de Buenos Aires.

Economides, N. and **Tåg,** J. (2007) Net Neutrality on the Internet: A Two-Sided Market Analysis(October 2007). NET Institute Working Paper No. 07-45; NYU Law and Economics Research Paper 07-40. Available at SSRN: http://ssrn.com/abstract=1019121

Economides, N. (2008), "'Net Neutrality,' Non-Discrimination and Digital Distribution of Content Through the Internet," forthcoming *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society*. Pre-publication electronic copy at www.stern.nyu.edu/networks/Economides_Net_Neutrality.pdf.

Lessig, L. (2004) *Free Culture: The Nature and Future of Creativity*, NewYork: Penguin Books

_____(1999) *Code and other Laws of Cyberspace,* Basic Books, NewYork: Penguin Books

_____(2001) *The future of ideas: The fate of commons in a connected world* New York.: Random House.

Moschovitis, Ch. ; Poole, H.; Schuyler, T. y Senft, T.M. (2005) *History of the Internet: A Chronology, 1843 to the Present*. Santa Barbara, California: ABC-CLIO.

Owen, B. M. (2007) Antecedents to Net Neutrality. Regulation, Vol. 30, No. 3, Fall 2007.

Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual: Una sociedad sin fronteras,* Barcelona:Gedisa,

Ricoeur, P. (2006) *Caminos Del Reconocimiento. Tres estudios*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica

Rifkin, J. (2000) *La era del acceso*, Bs. As: Paidós,

Sherry, J. y **Brown**, C. (2004) ¨History of the Internet¨.en Bidgoli, Hossein (editor) (2003) *The Internet Encyclopedia* Tomo II, New York: Wiley,

Tapscott, D. (2000) *Digital Capital*, Boston: Harvard Business School Press.

_____y **Williams**, A. (2007) *Wikinomics La nueva economía de las multitudes inteligentes*, Barcelona: Paidós Empresa.

Zakon, Robert (2006) Hobbes' Internet Timeline v8.2 disponible en http://www.zakon.org/robert/internet/timeline/

Zukerfeld, Mariano (2007) La teoría de los Bienes Informacionales:Música y Músicos en el Capitalismo Informacional. En Perrone y Zukerfeld, *Disonancias del Capital*, Buenos Aires: Ediciones Cooperativas.

_____(2008) El rol de la propiedad intelectual en la transición al capitalismo cognitivo en Revista Argumentos nro. 9, Buenos aires, Julio de 2008.

María de la Luz Casas Pérez*

México: sociedad de la información o sociedad del conocimiento

Resumen

El presente trabajo aborda la distinción entre sociedad de la información y sociedad del conocimiento desde el punto de vista de las políticas públicas y de la necesidad que tiene nuestro país de definir con claridad una política para la administración de la tecnología que nos lleve, por un lado a reducir la brecha digital entre quienes tienen y no tienen acceso a la información y, por otra parte, a traducir esa información en auténtico conocimiento.

De tal forma, este trabajo puntualiza algunos de los aspectos fundamentales que distinguen a la sociedad de la información con los de su correlato posible que es la sociedad del conocimiento, describe las condiciones actuales para México en materia de acceso a la información, y establece algunos de los requisitos indispensables para que nuestro país transite hacia la sociedad del conocimiento.

Introducción

A últimas fechas se habla mucho de sociedad de la información y del conocimiento, sobre todo a raíz de los encuentros preparatorios de la Cumbre Mundial sobre Sociedad de la Información en sus dos fases llevadas a cabo en Ginebra en el 2003 y en Túnez en el 2005. No obstante, no hay una claridad respecto de qué es la sociedad de la información, cuáles son sus condiciones y si de manera automática ellas nos llevarán a la sociedad del conocimiento.

El debate sobre la sociedad de la información parece estarse dando simultáneamente en diversos ámbitos, por un lado el aspecto financiero y de crecimiento económico se está discutiendo en el marco de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y de la Organización Mundial de Comercio (OMC), y por otro en el del desarrollo humano, la comunicación y la cultura en el seno de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Ambos organismos reconocen que la información es fundamental para el desarrollo, en primer término para favorecer el intercambio de bienes y servicios ya sea promoviendo el crecimiento tecnológico y productivo de las empresas, la capacitación y la innovación o porque la información se constituye como un bien en sí mismo, y en segundo lugar, debido a que el acceso a la información permite elevar el nivel educativo de los pueblos, facultarlos para la creación de bienestar social, ayudar a defender su identidad y su cultura y en última instancia a promover la creación integral de capital humano.

* Profesora Investigadora del Tecnológico de Monterrey, Campus Cuernavaca.
marilu.casas@itesm.mx

Resulta fundamental pues pensar en términos de sociedad de la información y sociedad del conocimiento a fin de armonizar los objetivos de desarrollo de cualquier país. La tendencia desde luego es internacional; no obstante, poco se sabe o se conoce respecto de los esfuerzos que México ha llevado a cabo para insertarse en esta dinámica.

Por otra parte, muy poco se analiza y se propone en México en el sentido de articular una serie de políticas que vinculen los esfuerzos tanto desde el punto de vista de la economía o del desarrollo de las industrias de la información, la comunicación y las telecomunicaciones, como desde las acciones que se deben de emprender en materia de educación y de cultura.
Se necesita pues de una visión integral, articulada, que vincule las políticas de información y comunicación en sus diferentes ámbitos, a fin de mover a nuestro país en la dirección de una auténtica sociedad del conocimiento.

Información no es conocimiento

El término sociedad de la información fue acuñado hacia finales de los años sesenta por el sociólogo japonés Yoneji Masuda, quien con su libro *The Information Society: as Post-industrial Society* (1981, 1984), estableció las características de la sociedades informatizadas modernas en las que las condiciones de producción se deben fundamentalmente a la generación y transmisión de información como principal producto de las economías avanzadas, y sobre todo a la transición de los medios de generación de riqueza, de los sectores industriales a los sectores de servicios en los que la información se convierte en el activo más importante. La contribución esencial de Yasuda, sobre todo al modelo productivo japonés, radica en la utilización y aprovechamiento de las nuevas tecnologías de información.

Se dice que el término sociedad del conocimiento fue utilizado por primera vez también hacia finales de los años sesenta por Peter Drucker, quien desde el punto de vista de la organización y de la empresa, dedicó un capítulo al tema de la sociedad del conocimiento en su libro *The Age of Discontinuity: Guidelines to our Changing Society.* (1969, 1992). Posteriormente, en su libro *The Post Capitalist Society* (1993), destacó la necesidad de generar una teoría económica que pusiera al conocimiento en el centro de la generación de la riqueza. Desde la sociología y la economía, Drucker, puntualizó la ventaja competitiva real de las organizaciones, y finalmente de las sociedades, radica no en la información sino en el conocimiento, que se convierte en el activo más importante para la productividad[1].

Ahora bien, información no es conocimiento.
Partimos del supuesto de que la generación de conocimiento implica la existencia de información previa, pero requiere de la experiencia y el aprendizaje previos en términos de asignación de sentido, que son los que le generan su verdadero valor. Sin embargo, en términos de asignación el valor social, la transmisión de información no es garantía de generación de conocimiento.

Es un error pensar que tener información es tener conocimientos y que aquel que tiene conocimientos

1 Si bien las contribuciones de Yasuda y Drucker provenían de campos académicos y profesionales distintos y quizás no fueron valoradas de igual manera en su momento, debemos mencionarlas aquí como el antecedente más directo de los conceptos sociedad de la información y sociedad del conocimiento que son centrales en la discusión de las sociedades modernas en diversos campos, desde el educativo hasta el social. Hoy por hoy se piensa en el conocimiento como el activo más importante de la dinámica económica, en las que intervienen de manera decisiva las tecnologías de información y comunicación.

será capaz de transmitir o reproducir el conocimiento original. En este sentido, considerar a la información y al conocimiento como fenómenos implica un riesgo para la interpretación de los procesos de innovación y transferencia tecnológica.

Por otro lado, si tomamos en cuenta la contribución de las tecnologías de información y comunicación a la innovación y el desarrollo tecnológico, observaremos que, efectivamente las tecnologías permiten un aumento progresivo en la productividad, permiten el desarrollo de las empresas y sostienen el crecimiento y el cambio en los diversos sectores económicos; no obstante, hoy en día resulta cada vez más y más claro que lo importante no es simplemente tener la información o saber en dónde se encuentra, sino que el verdadero conocimiento consiste en tener la capacidad de solucionar un problema, generar una idea nueva o aproximarse a un escenario desde una perspectiva diferente[2].

Para los economistas la información tiene propiedades económicas que no comparte con otros productos económicos, como por ejemplo su carácter de posesión no excluible o que impida a otro utilizarla, o sus bajos costos de reproducción, pero también se ha convertido en un bien cuya propiedad debe estar garantizada. En ese sentido la creación y distribución de información se ha convertido en una actividad económica fundamental. Sin embargo, también se reconoce que información y conocimiento no son sinónimos, lo cual implica la introducción de una serie de variables claramente no económicas en el análisis y sugiere una diferencia fundamental que es que el individuo como unidad para el análisis social. Tratar como iguales a la información y el conocimiento deja en la sobra a actividades y capacidades humanas muy fundamentales, como el aprendizaje y la cognición. (Steinmueller, 2002).

Lo anterior pone en una dimensión distinta a nuestra pregunta esencial que es sociedad de la información o sociedad del conocimiento.
Desde luego, en primer término hay que garantizar el acceso básico a la información que servirá de materia prima, lo cual nos lleva al diagnóstico esencial respecto de quiénes tienen la información y quiénes no la tienen, cómo se garantiza el acceso y qué derechos fundamentales podemos argumentar en función de la información como ingrediente esencial para la capacitación, la educación y la cultura.
En segundo lugar, tenemos que preguntarnos en qué medida las asimetrías de información tienen implicaciones para las políticas públicas, tanto para la ampliación del acceso a la información, como para la competencia entre los proveedores y consumidores de información tanto a nivel local, como nacional o internacional[3].

El entorno internacional

La preocupación acerca de las nuevas tecnologías de información no es nueva. Desde la década de los años setenta, se hablaba ya del futuro de la informática y las telecomunicaciones. El encanto

2 En la actualidad una de las principales corrientes en la administración o "gestión" del conocimiento es el desarrollo de "competencias" para el desarrollo organizacional. Lo anterior sugiere también el aprovechamiento de tecnologías de información y comunicación para el aprovechamiento organizacional, no obstante, si bien el uso de tecnologías de información y comunicación agiliza la distribución de información, ello no necesariamente asegura la gestión del conocimiento.

3 Nos referimos aquí a proveedores de información de todo tipo, tanto público como privado. No solamente es la industria telefónica un proveedor de servicio de información sino lo son también las instancias gubernamentales cuya función social es proveer educación o fortalecer la cultura.

por la informática y la computación data de la década de los años ochenta. En la década de los noventa Internet y otras nuevas tecnologías en materia de información y comunicación vinieron a revolucionar la forma en que las empresas, las instituciones educativas y los consumidores hacían uso de la información. Pero la vinculación del sector informático con el desarrollo se convirtió realmente en una preocupación de índole internacional probablemente a partir del Informe Nora-Minc (1976), en el que se acuña el término *télemátique* o telemátca como la conjunción de la informática y las telecomunicaciones, y que vino a ser el punto de partida de una amplia discusión internacional relativa al futuro y a la relevancia de estas industrias para el desarrollo internacional. A partir de ese momento las visiones críticas de autores como Castells, Miége, o Ramonet, pasando por las filosóficas como las de Vattimo y las posturas entusiastas y de determinismo tecnológico de Negroponte, han puesto sobre la mesa de discusión la cuestión de las tecnologías de información y de comunicación para el desarrollo de los pueblos.

Así por ejemplo, para Manuel Castells el nuevo paradigma, al que denomina *informacionalismo,* constituye ya una nueva estructura social vinculada a un modo de desarrollo que se expresa de diferentes formas, según la diversidad cultural del mundo. En el orden informacional, la fuente de productividad se encuentra en la aplicación inmediata de la tecnología que genera, enlazando al mundo mediante la tecnología de la información (Castells, 1999).

Por su parte, Bernard Miége denomina *revolución informacional* a la convergencia y, a diferencia de Castells, considera al fenómeno como una construcción social lejana de ser definitiva e irreversible, ya que se erige tanto bajo el impulso de lógicas sociales como de estrategias dominantes. Sin embargo, coincide con Castells en considerar que la producción de riquezas y de generación de valor se encuentran relacionadas con el acceso a información y conocimiento, de modo que éstos intervienen en los procesos de producción y generan valor por sí mismos.

No obstante, constituidas así como fuente de productividad, procesadoras de información y conocimiento, las nuevas tecnologías de información y comunicación se ven orientadas hacia los usos que va señalando el mercado. Esta orientación de alguna manera se refleja en las políticas públicas que se están adoptando en los diversos países y que, o bien pueden promover y estimular los usos sociales de las nuevas tecnologías y los procesos de incorporación de las mismas (Flichy, 1993), o bien pueden reforzar la orientación de mercado en el proceso.

Por otra parte, el crecimiento económico se encuentra irremediablemente vinculado a la productividad. Esta relación es fácilmente observable en el contexto de cualquier país, especialmente cuando organismos como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), establecen parámetros a partir de los cuales se mide el desarrollo. Entre esos parámetros se encuentran por ejemplo, la contribución de las tecnologías de información y comunicación al crecimiento del producto interno bruto de los países, el número de líneas y acceso a la información por cada 100 habitantes, el número de suscriptores a Internet y a otros servicios de banda ancha, el número de hogares con acceso a una computadora, el porcentaje de ocupaciones relacionadas directamente o que requieren el uso de tecnologías de información y comunicación, la inversión en infraestructura que llevan a cabo los países miembros de la OCDE, etc.

Por lo que respecta a México, la OCDE reconoce que la economía mexicana ha logrado un importante progreso en los últimos años, no obstante, el reto para el país es mejorar el entorno macroeconómico a fin de mejorar la productividad de sus empresas, incrementar los estándares de

vida de sus habitantes, y reducir la economía informal. En este sentido, la OCDE reconoce que las tecnologías de información y comunicación pueden jugar un papel muy importante para alcanzar estos objetivos y para desarrollar a la economía a través del desarrollo de servicios que den apoyo a la población en términos de capacitación y educación.

La OCDE ubica a las tecnologías de información y comunicación (TICS) como uno de los parámetros fundamentales de la innovación que es el motor del desarrollo de las economías, a la vez estableciendo parámetros para entender la forma las que las TICS contribuyen a fortalecer el crecimiento sustentable, el bienestar de las sociedades y las orientan hacia la sociedad del conocimiento.

Una de las preocupaciones fundamentales de la OCDE es incrementar un nivel deseable de informatización para la región, especialmente en países en los cuales la mayor parte de la población es joven. En este sentido, por ejemplo, la OCDE está llevando a cabo una consulta entre los diversos sectores involucrados en los países miembros, para que sus preocupaciones sobre el futuro de la economía de la información sean compartidas con sus gobiernos en la próxima reunión ministerial a llevarse a cabo en Seúl, Corea en junio de 2008[4].

No obstante, la difusión de la información como mercancía reviste características diferenciales a las de otros productos que tradicionalmente circulan o se intercambian entre las economías de los diferentes países, ya que, a diferencia de los bienes físicos, su valor no depende de la escasez ni se deprecia con su uso, sino que depende de límites artificialmente impuestos. De la misma manera se reconoce que al producir una nueva economía basada en los servicios y la información, las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICS) han privilegiado el producto, la venta y el mercado desestimando la producción intelectual. (Braman en Lewis y Miller, 2003).

En ese sentido, si bien la difusión de la información y la ampliación del uso y la cobertura de las nuevas tecnologías de información y comunicación, posee una característica doble: mientras los organismos internacionales promueven su uso y su diseminación, existen industrias que restringen el acceso a cierto tipo de información, y es que quienes tienen interés en sacar provecho económico del conocimiento procurarán o bien difundirlo lo más rápidamente posible para obtener provecho de él, o bien restringirlo para que esté en manos de unos cuantos. La brecha que se genera a partir de esta distribución diferida de los bienes, es lo que le otorga valor a esa información traducida en conocimiento. No obstante, la difusión del conocimiento varía dependiendo del bien en cuestión, ya que a los bienes intangibles como el conocimiento y la cultura no se les puede aplicar la misma regla que afecta a los bienes físicos (a mayor uso, mayor deterioro y por consiguiente mayor depreciación)[5]. Por ello, para asegurarse de obtener ciertos beneficios económicos, los propietarios de la información se aseguran o bien de imponer derechos de propiedad intelectual sobre la información, o bien de obtener un pago por su difusión. Por ello, en el nuevo orden económico mundial se busca el dominio de los servicios y de su propiedad intelectual.

En este rubro, y dado que la información se considera un recurso, la mayor parte de las controversias que se dirimen al interior de organismos como la Organización Mundial de Comercio (OMC) aparecen en el contexto de la propiedad intelectual. Así por ejemplo, hacia el final de las negociaciones de la reunión de la OMC en 1995, los países que defendían este punto de vista respecto de la propiedad

4 La convocatoria puede consultarse en la siguiente dirección electrónica: http://www.oecd.org/document/9/0,3343,en_21571361_38415463_38985417_1_1_1_1,00.html

5 A esta regla se le conoce en economía como ley económica de los rendimientos decrecientes.

intelectual adoptaron una actitud común: no aplicar las normas de las OMC a la circulación internacional de ciertos bienes culturales tales el cine y el audiovisual. A este principio le llamaron el principio de la "excepción cultural"; sin embargo éste carece de valor jurídico y no se menciona explícitamente en ninguno de los acuerdos[6].

De esta forma es en el contexto internacional y sobre todo en el marco de la globalidad, la competitividad surge como elemento fundamental para el fortalecimiento de las economías nacionales. En ese sentido y debido a la aparición de nuevos productos y servicios cuyas características dependen en gran medida de la innovación científica y tecnológica, resulta fundamental pensar en las tecnologías de información y comunicación en términos del desarrollo de una política pública o de una serie de políticas públicas que sean consistentes entre sí para el fortalecimiento de los diferentes sectores. En ese escenario difuso y contradictorio en el cual prácticamente todos los países se encuentran en relación y en competencia unos con otros, resulta difícil la articulación de políticas nacionales que permitan "reforzar la posición relativa para adquirir mayor poder de negociación en el proceso necesario"[7].

Se entiende por servicios culturales aquellas actividades que, sin asumir la forma de un bien material, atienden a un deseo, interés o necesidad de cultura y que se traducen en aquellas infraestructuras y medidas de apoyo a las prácticas culturales que los estados, las instituciones privadas o de derecho semipúblico, las fundaciones o las empresas, ponen a disposición de la comunidad. Se incluyen aquí, entre otros servicios, la promoción de espectáculos, la conservación e información cultural (bibliotecas, archivos y museos, etc.). Estos servicios pueden ser de carácter gratuito o comercial[8].

Por otra parte, se entiende por productos o bienes culturales, a aquellos servicios que transmiten ideas, valores simbólicos y modos de vida, informan o entretienen contribuyendo a formar una identidad colectiva, así como a influir en las prácticas culturales de los pueblos. Los bienes culturales están basados en la creatividad, pero pueden ser reproducidos industrialmente y comercializados, por ello también deben ser objeto de protección tanto industrial o comercial, como cultural[9].
Ahora bien, pese a sus antecedentes en la lucha por la defensa de los productos culturales, y en general por el patrimonio cultural en el marco del Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC), en los años setenta, la lucha por la diversidad cultural a partir es reciente. Es apenas a partir de su Declaración Universal para la Diversidad Cultural, que en el año 2001 la UNESCO se propone el asegurar la especificidad de los productos culturales por parte de los Estados, lo cual

6 A este principio se adhirió principalmente Francia; sin embargo, otros países como el propio Estados Unidos ya se habían adherido a un acuerdo semejante invocado por la UNESCO para la importación de bienes culturales con propósitos científicos o educativos, conocido como acuerdo de Florencia. De tal manera que las negociaciones son marginales dependiendo del país o de la economía en cuestión y de los beneficios o perjuicios que puede traerle la difusión irrestricta de la información. Para mayores datos sobre este acuerdo, consultar UNESCO Acuerdo de Florencia, en la siguiente dirección electrónica: http://www.unesco.org/culture/laws/florence/html_sp/page3.shtml

7 Manuel Castells. (1999). *La era de la información*, *La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial Vol., I. Pág. 114.

8 La excepción cultural es uno de los rubros en los cuales las tecnologías de información y comunicación (TICS), confluyen en el desarrollo de las políticas entre el ámbito de lo industrial y lo comercial, y el de lo netamente cultural. CERLAC-UNESCO (2000). *OMC, servicios culturales, excepción y diversidad cultural.* En: *Cultura, comercio y globalización*. CERLALC-UNESCO, disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.recam.org/Estudios/OMC_excep_div.doc

9 *Cultura, comercio y globalización*. CERLALC-UNESCO, Opus. Cit.

supone un paso adelante en la garantía no solo del acceso a la información, sino también de la protección al patrimonio cultural de los pueblos[10].

Es así que, a partir de la revolución tecnológica de la información, gracias a la convergencia digital y como parte del proceso de tránsito hacia la llamada Sociedad de la Información, con el surgimiento de la comunicación en red, la división entre los sectores clásicos de la comunicación se produce un nuevo entorno de interacciones y relación distintas entre los diferentes actores tanto a nivel de lo industrial y lo comercial, como a nivel de lo nacional o lo internacional, de tal manera que estamos ante la emergencia de un nuevo paradigma que supera en mucho al de la información y nos sitúa en la frontera de la información con el conocimiento. Lo anterior se nos presenta como una articulación fundamental para indicar que la información y el acceso a ella por sí mismos no son condición suficiente pero sí necesaria para el desarrollo.

Desde luego que en el marco de las políticas de la comunicación para el desarrollo, desde finales de la década de los años sesenta y principios de los setentas ha habido consenso acerca de la importancia de la comunicación para mejorar la vida de los seres humanos, sin embargo, poco se ha logrado en términos de acuerdos para establecer políticas uniformes en el acceso a la información y la comunicación[11], de tal forma que en su preocupación por la educación y la difusión de la ciencia y la cultura, la Organización de las Naciones Unidas y la UNESCO recientemente se han pronunciado por una definición clara del papel que deberán jugar las nuevas tecnologías de información y comunicación en este milenio, no solo con relación a las obligaciones de los Estados, sino también al papel de las industrias de la información y las telecomunicaciones en su vinculación con las instituciones educativas. Así por ejemplo, en un mensaje pronunciado por Ban Ki Moon, Secretario General de la Organización de las Naciones Unidas en ocasión del día mundial de las telecomunicaciones y la educación, el diplomático enfatizó que los jóvenes son, en muchos niveles, la fuerza detrás de las innovaciones en el desarrollo y uso de nuevas tecnologías, y que la forma en que los jóvenes se inserten al uso de las tecnologías dependerá en mucho su posibilidad de capitalizar los beneficios de la globalización para sus países. De tal modo que hizo un llamado a quienes formulan políticas y dirigen las industrias de las tecnologías a trabajar más con los jóvenes[12].

Sociedad de la información o sociedad del conocimiento

Como hemos visto previamente tradicionalmente se ha vinculado el término sociedad de la información a la noción de desarrollo, haciendo equivalente el concepto de acceso a tecnologías de información y servicio universal de alguna infraestructura básica de información y comunicación como factores fundamentales para el desarrollo. Esto es, en términos generales el acceso a la información es visto como un derecho básico que entre otras cosas faculta mayor variedad de oportunidades.

10 En este sentido, por ejemplo actualmente se trabaja en distintos foros para fin de hacer alianzas con instituciones y empresas multinacionales, ONGs y otros para la protección de la diversidad cultural, garantizar la gobernanza de Internet con el apoyo de organismos como la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), o el Consejo de Europa, entre otras.

11 Así por ejemplo lo constatan los fallidos resultados del Informe McBride que, en el seno de la UNESCO denunció el desequilibrio informativo a nivel mundial. Ver Sean McBride (1980). *Un solo mundo. Voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo.* México: FCE y UNESCO.

12 Agencia EFE (2007). **"La ONU pide esfuerzo mundial para mejorar acceso jóvenes a nuevas tecnologías". Periódico en línea** *Los Tiempos.com.* **consultado el 17 de mayo de 2007 y disponible en la siguiente dirección electrónica:** Tomado de Los tiempos.com disponible en línea en la siguiente dirección electrónica: http://www.lostiempos.com/noticias/17-05-07/17_05_07_ultimas_eco1.php

Esto ha implicado que en primer término los gobiernos se preocupen por proveer a la ciudadanía de infraestructura esencial, servicios integrados y contenidos (Verhoest & Cammaerts, 2001 en Alampay, 2006), como herramientas esenciales, para de ahí transitar hacia el acceso a servicios de índole social como educación, salud y otros.

No obstante lo anterior, hoy se reconoce que el concepto de sociedad de la información como vinculante al desarrollo está quedando corto respecto de otros factores que son verdaderamente indispensables para que un país transite de la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento, y se reconoce por ejemplo, cómo una sociedad verdaderamente enfocada hacia el conocimiento necesita trabajar bajo el esquema de la promoción de competencias para la resolución de problemas específicos.

En otras palabras, mientras que la sociedad de la información se ancla fundamentalmente en el concepto de acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, la sociedad del conocimiento se sustenta sobre la base de las diferencias individuales que afectan la libertad y su capacidad para elegir y responder competitivamente a situaciones determinadas.

Ahora bien, la propia expresión "competencias" sugiere interpretaciones diversas, por ejemplo desde el ámbito laboral en donde es considerada un aspecto fundamental del desarrollo de los recursos humanos (ACT, 1998), hasta el ámbito social en el cual es vista como la expansión de las capacidades del ser humano a fin de que éste pueda decidir sobre su propio bienestar y calidad de vida (Sen, 1997, citado por Flores Crespo, 2001 en Alampay, 2006) (UNDP, 2001:9).

En este sentido, al igual que la comunidad internacional ha evolucionado en sus discusiones en torno a la sociedad de la información y del conocimiento, el concepto de desarrollo también está sufriendo modificaciones. Hoy en día se concibe el desarrollo no solamente como un incremento en la capacidad del poder adquisitivo de los pueblos o de su crecimiento económico, sino también como el derecho a desarrollar en plenitud sus potencialidades humanas. (Sengupta, 2000: 568 en Alampay, 2006). De tal manera que en términos de tecnologías de información y comunicación el concepto se extiende a la necesidad de proteger el derecho de los pueblos a tener acceso a información a fin de poder comunicarse y producir conocimiento (Hamelink, 2003).

Ahora bien, tener el acceso a la información o poseerla no necesariamente implica que la persona aprovechará las oportunidades en beneficio para mejorar su nivel de vida; esto implica precisamente el desarrollo de competencias (Sen, 2000).

Tener competencias suficientes para el desarrollo implica tomar en consideración las opciones de comunicación que tiene la persona, así como su capacidad para aprovecharlas en términos significativos. Esto último puede ser una resultante directa de la exposición directa a tecnologías de información y comunicación, entrenamiento específico en la búsqueda y aprovechamiento de la información o educación.
La información es la materia prima básica para la generación de conocimiento, pero no necesariamente garantiza su existencia. El tránsito de la información al conocimiento implica una articulación simbólica, que resulta fundamental para que la utilización de los contenidos tenga un sentido específico y productivo.

Entendemos pues por información aquella serie de datos discretos capaces de ser transmitidos a través de una red de comunicación, que puede ser almacenada o distribuida para su utilización futura; sin

embargo entendemos que la información se traduce en conocimiento, solo en la medida en que el usuario hace un aprovechamiento importante de esa información. En otras palabras, no obstante que la información constituye la materia prima para la elaboración de conocimiento, el acceso, la interconexión y el entrenamiento en el uso de los recursos de información a través de nuevas tecnologías es simplemente una precondición para la generación de conocimiento, pero no resulta suficiente.

A fin de ser transformada en conocimiento, la información (datos duros), debe ser articulada en contenidos que a su vez sean retomados, anclados y re-convertidos a procesos de significación específicos. Solamente como resultante de un proceso de elaboración humana, mediante el cual se le asigna significado a información valiosa considerada como verdadera, es que se genera conocimiento (Nonaka, Konno y Toyama, 2001: 13).

Para que exista conocimiento, es necesario no únicamente recibir la información para conocerla, sino también que el sujeto traduzca la información y la interprete como verdadera aportándole cierta carga de significación social.

Una vez conocida la información y convertida en conocimiento, éste debe ser aplicado a fin de exhibir su potencial y adquirir su verdadero valor.

Ahora bien, hay dos tipos de conocimiento: conocimiento *explícito* y conocimiento *tácito.* El conocimiento *explícito* es aquel que se expresa en palabras o números y que se conoce en términos generales como *datos*, fórmulas científicas, especificaciones, manuales, etc. Este tipo de conocimiento puede transmitirse de manera relativamente simple y requiere de redes o tecnologías de transmisión de información sencillas.

El conocimiento *tácito* en cambio, es mucho más difícil de producir y de transmitir. El conocimiento tácito es personal y difícil de formalizar y transmitir. Un conocimiento tácito está compuesto por ideas, intuiciones, pensamientos, corazonadas y otro tipo de percepciones sobre la realidad o el mundo; es difícil de verbalizar y de adoptar, ya que proviene de la experiencia personal y de las sensaciones que emanan de los ideales, los valores y las emociones de una persona. Los dos tipos de conocimiento son complementarios y ambos son cruciales para la creación de conocimiento a nivel social.

Algunos autores señalan que, en la medida en que los seres humanos entendamos la relación recíproca e interdependiente entre el conocimiento explícito y el conocimiento tácito podremos realmente descubrir la clave para la creación de conocimiento útil, aspecto desde luego fundamental, no solamente para crecimiento de las economías, sino también para el desarrollo de las sociedades menos favorecidas. (Nonaka, Konno y Toyama, 2001: 14).

Ahora bien, la transmisión de datos (conocimiento explícito) resulta relativamente simple dado el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación; no obstante, la generación y sobre todo la valoración del conocimiento tácito sigue siendo un elemento que muy pocas sociedades están tomando en consideración. Desafortunadamente, la falta de una interconexión dinámica entre la tecnología y sus aplicaciones tanto en el ámbito de la ciencia como en el de la industria, ha provocado que no todos los países alcancen los niveles de desarrollo deseados. (Moguillansky, 2006: 343).

Los modelos que se conocen sobre lo que es conversión de información a conocimiento, implican la presencia de al menos cuatro elementos o subprocesos fundamentales:

1) socialización (esto es intercambio de conocimiento tácito)
2) externalización (traducción de conocimiento tácito a conocimiento explícito)
3) combinación (traducción de conocimiento explícito nuevamente a conocimiento tácito) y
4) internalización (es decir re-traducción de conocimiento explícito a conocimiento tácito) (Nonaka, 1990: Nonaka y Takeuchi, 1995 en: Nonaka, Konno y Toyama, 2001:14).

Es en este último punto, es decir en el proceso de re-traducción de conocimiento explícito a conocimiento tácito en donde se ponen de manifiesto las redes culturales como verdaderas fuentes de intercambio de conocimiento y expresión cultural. De ahí que sea tan importante que el sujeto sea capaz, a través de un esquema guiado de competencias a través de la educación y la gestión de conocimiento, de buscar la información pertinente, re-elaborarla y compartirla libremente para después aprovecharla en beneficio de un mejoramiento de vida. La conectividad o el acceso a las tecnologías de información y comunicación no deben ser el objetivo más importante, sino el refuerzo de las capacidades de los ciudadanos para utilizar, apropiarse y producir esas tecnologías. (Finquelievich, 2004).

Por tanto y como ya hemos visto, el acceso a las tecnologías de información y comunicación no garantiza por sí mismo el desarrollo, pero sí puede ser un factor contribuyente a él. La ausencia de desarrollo puede muy bien deberse entonces, no solamente a la falta acceso a la información, sino también a la ausencia de auténticos modelos para la conversión de información en conocimiento. Una información carente de contenidos o cuyas características no responda a las necesidades o a las características de expresión y de cultura de un pueblo resultaría el conducto vacío por el que no circula el líquido esencial para el mantenimiento de la vida social. Por ello resulta indispensable vincular el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación con esfuerzos específicos dirigidos hacia la educación[13].

De tal manera, resulta pues evidente que la discusión y los esfuerzos específicos para desarrollar tecnologías de información y comunicación tienen que estar sustentados en acciones que garanticen que el acceso a estos recursos beneficie de manera integral a los países que más lo necesitan. Para ello se requiere no solamente de recursos económicos que hagan posible la instalación de la infraestructura requerida, sino también de la voluntad política que ponga en práctica acciones específicas tendientes hacia esta nueva concepción de desarrollo. En ese sentido, resulta pues indispensable la acción coordinada tanto de las industrias como de los gobiernos.

¿Cuál es el papel de las políticas en la promoción de la sociedad del conocimiento?

Las políticas públicas son fundamentales para el desarrollo de una sociedad basada en el conocimiento. Por todo lo anterior, resulta evidente que si no existe una voluntad política y una estructuración formal por parte del Estado que articule los esfuerzos de los diversos actores sociales, poco o nada podrá lograr un país en sus propósitos de encaminarse hacia la sociedad del conocimiento.

Ahora bien, ¿qué es una política pública y cuál es su papel en la promoción de la sociedad del conocimiento?

13 Así lo ha puesto de manifiesto la propia Organización de las Naciones Unidas en diversas oportunidades (2002, 2005).

En primer término una política pública constituye una toma de posición del Estado frente a determinadas problemáticas (Cardozo, 1993: 167). Aún cuando desde luego no es lo más recomendable, algunos autores insisten, que incluso la no toma de postura respecto de una problemática específica puede institucionalizarse como política, de manera que en realidad las políticas públicas debieran ser decisiones formuladas por autoridades de gobierno, que en teoría deberían incorporar la opinión, y la participación de los ciudadanos (Aguilar Villanueva, 1992: 36).
Ahora bien, por definición lo gubernamental corresponde al ámbito de los asuntos públicos, pero desde luego que lo público en ocasiones trasciende lo gubernamental y se convierte incluso en razón de estado, de manera que por definición la existencia de políticas públicas supone la existencia un Estado democrático en el cual se valora la participación intelectual y práctica de los ciudadanos. Así, la naturaleza pública de las políticas del gobierno es una aspiración permanente en contra del diseño de políticas influidas o determinadas por grupos de interés con demandas exclusivas.

No obstante el Estado debiera operar de manera definida y decidida articulando todos los elementos que permitan definir una política de comunicación confiable y apropiada a las necesidades sociales.

Las políticas existentes o no existentes relativas al renglón de las nuevas tecnologías de información y de comunicaciones de un país en general describen el concepto que tiene una sociedad de sí misma, por lo que una orientación definida en este renglón debiera ser fundamental, ya que sus consecuencias no son solamente operativas a corto plazo, sino desde luego a largo plazo (Gifreu, 1986, 106). No obstante, poco se reconoce la necesidad de una política de comunicación que vincule a las nuevas tecnologías de información y comunicación tomando en consideración tanto el desarrollo tecnológico indispensable para el aseguramiento de la infraestructura de comunicación y el desarrollo de un país, así como su potencial para el fortalecimiento de la identidad y la cultura de un pueblo.

Como dice Aguilar Villanueva, las políticas deben ser comportamientos propositivos, intencionales, planeados y no meramente reactivos (Aguilar, 2003b: 24-25).

Desafortunadamente, en ocasiones por desidia y en otras por conveniencia, los gobiernos optan por no desarrollar políticas claras en muchos rubros como resultado de toda una serie de decisiones y acciones de numerosos actores políticos y gubernamentales indudablemente revelando las intenciones de las fuerzas políticas imperantes.

En el caso de las políticas relativas a las tecnologías de comunicación y de información y comunicación, estos grupos de interés operan de manera decisiva tanto en el ámbito nacional como en el internacional, ya que por un lado está la industria que opera directamente en el ámbito de la informática, la computación y las telecomunicaciones, y por otro lado están las industrias culturales, es decir aquellas empresas que se dedican a la difusión de la información con fines de cultura, educación y entretenimiento; de manera que frecuentemente los procesos de articulación de políticas públicas relativas a la información y a la comunicación, adolecen de visiones parciales, y por lo mismo no logran perfilar el papel que deben jugar los gobiernos y las industrias en la generación de información o en la difusión del conocimiento.

Pareciese pues que, en el cambiante entorno contemporáneo, la nueva forma de intervención estatal en la economía se limita al desarrollo de estrategias específicas que ineludiblemente vinculan competitividad, productividad y tecnología, con la desregulación y la privatización de las empresas públicas, sobre todo en sectores estratégicos y rentables como la energía, las telecomunicaciones, pero que al no establecer límites al crecimiento corre el riesgo de dejar en gran parte el timón a las libres fuerzas del mercado.

Lo que vemos entonces de manera frecuente son políticas parciales que, vistas de manera aislada, se interesan únicamente por determinadas partes o aspectos de los productos o los servicios que circulan a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación y por sus procesos descuidando el contexto que una nación debe de alimentar a fin de transitar de manera segura hacia la sociedad del conocimiento.

Los agentes vinculantes hacia la sociedad del conocimiento

El ámbito de la definición de las políticas públicas no es por tanto un espacio burocrático o jurídico neutro, sino un foro o una serie de arenas en la que se confrontan, negocian o acuerdan las fuerzas políticas. Las arenas políticas o de actividad gubernamental constituyen arenas reales de poder. Cada arena tiende a desarrollar su propia estructura política, su proceso político, sus élites y sus relaciones de grupo. Lo que sí queda claro, es que el tipo de sociedades en que vivimos están cambiando, y muy especialmente si es que se logra, lo están haciendo las formas de producir el consenso y fraguar la voluntad general (Mattelart: 1996: 293).

Como mencionábamos previamente, la discusión de las políticas públicas en el caso de las tecnologías de información y comunicación que resultan cruciales para fines de lo que aquí nos ocupa que es la sociedad del conocimiento, se ha llevado a cabo en distintos ámbitos: uno el de la informática y las telecomunicaciones y otro el de las políticas de la comunicación, la educación y la cultura.

Desde luego, aunque los responsables de definir políticas específicas para el desarrollo de tecnologías de información y comunicación son finalmente los gobiernos en cada uno de los países, los agentes que intervienen en cada sociedad en el desarrollo sobre políticas públicas son varios. En mucho la formulación de políticas públicas en esta materia depende, por un lado, del desarrollo tecnológico en cada economía y por otro del nivel de democracia alcanzado por cada uno de esos países. Sobra decir que las diferencias en la formulación de políticas públicas para cada Estado son en ocasiones abismales y que, ante la existencia de políticas de información y comunicación implícitas o explícitas en cada uno de ellos mucho se ha insistido en que lo primero debe hacerse es clarificarlas y armonizarlas, a fin de que la comunidad internacional trabaje de manera armónica hacia la sociedad del conocimiento.

A nivel internacional, diversos organismos están incidiendo en el debate sobre políticas de tecnologías de la información y la comunicación y desde luego se está fortaleciendo la participación de otros actores. Por ejemplo dentro del grupo de organismos encargados de dar seguimiento a las tareas de la cumbre sobre la sociedad de la información se encuentran: La Comisión Económica para América Latina y el Caribe, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, la Agencia Internacional de Energía Atómica, La Organización Internacional del Trabajo, la Unión Internacional de Telecomunicaciones, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo, El Departamento de las Naciones Unidas de Asuntos Económicos y Sociales, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, la Comisión de Asuntos Económicos de las Naciones Unidas para África, la Comisión de Asuntos Económicos de las Naciones Unidas para Europa. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura[14], la Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para Asia Occidental, el Programa de las Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos, el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para

14 De todas las anteriores quizás sea ésta (UNESCO), la que esté desarrollando un papel más importante en la vinculación entre los objetivos de la cumbre para la sociedad de la información y los objetivos del nuevo milenio para la sociedad del conocimiento.

los Refugiados, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial, el Instituto de las Naciones Unidas para la Capacitación y la Investigación, la Oficina de las Naciones Unidas sobre Crimen y Drogadicción, la Agencia de las Naciones Unidas para el apoyo a los Refugiados de Palestina en el Cercano Oriente, la Organización de Turismo Mundial, la Unión Postal Universal, el Banco Mundial, el Programa Mundial para la Alimentación, el Programa Mundial para la Alimentación, el Programa Mundial para la Salud, la Organización de la Propiedad Intelectual, la Organización Mundial sobre Meteorología, y la Organización Mundial de Comercio[15].

Como es factible observar, numerosos organismos de toda índole están interesados en que la brecha digital se cierre entre las naciones, a fin de que cada una de las economías del mundo pueda avanzar en el desarrollo. Por su parte la UNESCO ha insistido en la necesidad de democratizar los sistemas de comunicación y propiciar la participación de todos los actores sociales en la formulación de políticas de comunicación, pero con la idea de generar políticas globales que permitan la expansión de las infraestructuras para el intercambio de informaciones y para la vida cultural.

Entre los principales objetivos de desarrollo del milenio impulsados por las Naciones Unidas y en el que intervienen de manera directa las tecnologías de información y comunicación (TIC´s) se encuentran: fomentar una asociación mundial para el desarrollo y en colaboración con el sector privado, velar porque se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones.

En su última reunión de abril del 2007, el Comité de Seguimiento de los Objetivos del Milenio de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC´s) reunido en la sede de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), concluyó que es necesario atacar las múltiples brechas en Iberoamérica en consonancia con el desarrollo de líneas focales de efecto rápido y eficaz para el cumplimiento de los objetivos de desarrollo del milenio[16]. Para tal efecto, la comisión determinó crear un Fondo Iberoamericano de Cooperación horizontal en Tecnologías de Información y Comunicación cuyo propósito sea caracterizar a la región desde el punto de vista del uso de las TIC, en particular sus estrategias y políticas nacionales en salud, educación y gobierno y su relación con el desarrollo y la superación de la pobreza[17].

15 No obstante, algunos autores señalan que la forma en la que la mayor parte de las organizaciones internacionales miden la sociedad de la información y su vinculación con el desarrollo es insuficiente, lo cual pudiera estar dejando de lado elementos importantes para la toma de decisiones de política pública. (Albright, 2005), (Alampay, 2006).

16 De acuerdo con el último reporte de la consultora Everis, México fue el único país de América Latina que retrocedió en el indicador de la Sociedad de la Información. Este indicador, mide la penetración de tecnologías junto con el desempeño macroeconómico, legal y de transparencia, y desafortunadamente para el primer trimestre del año 2007 México había retrocedido respecto de su nivel previo. Lo anterior pudo deberse, según la consultora a la incertidumbre de los mercados y a la baja de inversión debida a la falta de definición de las reformas estructurales, principalmente la fiscal, los ajustes al crecimiento, la desaceleración de Estados Unidos, problemas de corrupción e incremento en el desempleo. Para mayor información ver: Lilia Chacón (2007). "Retrocede México en acceso tecnológico". Periódico *Mural*. Guadalajara, 3 de agosto de 2007. Pág. 1.

17 De acuerdo con el informe "Panorama Social de América Latina 2007", publicado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), México cumplió la primera de las metas del milenio a las que se había comprometido, consistente en reducir a la mitad el porcentaje de personas con ingresos inferiores a un dólar por día; sin embargo, no ha logrado avanzar lo suficiente en la reducción de la pobreza total, pues registra un avance del 70 por ciento. En este aspecto el propio informe señala que este dato puede deberse al incremento significativo de su población y por una oferta educativa altamente segmentada que se traduce en desigualdades sociales y de acceso a los sistemas educativos

Ahora bien, el grupo de trabajo sobre la economía de la información que opera dentro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y en concordancia con los compromisos internacionales adquiridos por los países miembros, ha solicitado al gobierno de México un reporte de las acciones que se han venido realizando para la difusión del uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación en nuestro país. En dicho reporte México ha indicado que se encuentra instrumentando un plan de trabajo en el que ya se encuentran trabajando diversos organismos y dependencias del gobierno federal entre las que se encuentran, por ejemplo: la Oficina de la Presidencia para la Innovación Gubernamental, la Secretaría de Economía, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la Secretaría de la Contraloría, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, la Secretaría de Educación, la Secretaría de Hacienda, el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática, el Consejo Nacional para la Ciencia y la Tecnología, el Instituto Latinoamericano para la Comunicación Educativa, el Banco Nacional de Desarrollo, el Banco Nacional de Obras Públicas, el Banco Nacional de Comercio Exterior, el Servicio de Administración Tributaria, el Instituto Mexicano del Seguro Social, el instituto Mexicano de la Seguridad Social para los Trabajadores del Estado, la Comisión Federal de Telecomunicaciones, La Comisión Federal de Mejora Regulatoria, la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor, la Cámara Nacional de la Industria de la Electrónica, las Telecomunicaciones y la Informática, la Asociación Mexicana de la Industria de las Tecnologías de Información, la Asociación Mexicana del Internet, la Asociación Mexicana para la Calidad de la Ingeniería de Software, la Asociación Mexicana sobre las Normas para el Comercio Electrónico, la Asociación Nacional de Instituciones de Educación en Informática, el Organismo de Normalización y Certificación Electrónica y la Fundación México Digital.

En este documento el gobierno de México anuncia que la política de las nuevas tecnologías de información y comunicación para la administración pública reposa en la necesidad de que México incremente la inversión extranjera y se convierta en una entidad más competitiva a fin des responder a los objetivos del plan nacional de desarrollo en turno.

Uno de los principales objetivos del Plan de Desarrollo 2006-2012 del Presidente Felipe Calderón[18], es aumentar la competitividad del país a través del desarrollo de las capacidades de los mexicanos y la generación de empleo, de tal forma que el desarrollo de competencias y la inserción de nuestro país en la sociedad del conocimiento resulta central para los objetivos del gobierno y para los compromisos adquiridos en diversos foros internacionales y así lo ha dicho en una de sus primeras intervenciones el Presidente Felipe Calderón: "Es un compromiso del Ejecutivo Federal que México cuente con una política de Estado, este gobierno ha definido fortalecer a México para que pueda insertarse en la era del conocimiento y la información a fin de detonar la capacidad productiva y el crecimiento económico en los próximos años"[19].

Desde luego el trinomio universidad o escuela, investigación y empresas resulta consustancial para la generación de información que se traduzca auténticamente en conocimiento. Así lo demuestran

y de información. Resumen publicado el 15 de noviembre de 2007 y disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/30305/PresentacionPSE-2007versioncortafinal.pdf

18 Foro Consultivo Científico y Tecnológico (2006). "Conocimiento e Innovación en México: Hacia una Política de Estado". *Elementos para el Plan Nacional de Desarrollo y el Programa de Gobierno 2006-2012.* México: Foro Consultivo Científico y Tecnológico.

19 Presidencia de la República (2006). "Se reúne el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Lic. Felipe Calderón, con el Primer Foro Parlamentario de Consulta sobre Educación Superior y Media Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación de México". Jueves 7 de diciembre de 2006. Disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.presidencia.gob.mx/buscador/index.php?contenido=28322

varios estudios que demuestran que la investigación que se lleva a cabo en los centros universitarios debe apoyar hacia una sociedad de base de conocimientos. (De Ferranti et al, 2004).

La capacidad de desarrollar conocimientos desde luego tiene que ver con el acceso a la información en primer término, pero también con los recursos que el Estado pueda otorgar a fin que un país pueda desarrollar investigación en ciencia y tecnología[20]. Lo anterior implica la necesidad de estructurar una estrategia que vincule el desarrollo científico y tecnológico con los de la educación superior, a fin de que la labor de investigación contribuya a generar el conocimiento necesario para la solución de los problemas específicos que el país requiere.

Al respecto, el gobierno mexicano reconoce que el acceso a la sociedad del conocimiento estará determinado en mucho por la capacidad que cada mexicano tenga de "acceder a la nueva tecnología, a la informática y a la información en general y no sólo acceder a ella, sino la capacidad de analizarla, de procesarla y de ampliarla adecuadamente"[21]. No en balde, por ejemplo, el plan nacional de desarrollo 2007-2012 incluye un programa nacional de infraestructura que implica una inversión privada en infraestructura de telecomunicaciones de alrededor de 264 mil millones de pesos[22].

Según consultoras especializadas en la materia, se calcula que nada más durante el 2007 México sume una inversión de aproximadamente 8.9 mil millones de dólares en tecnologías de la información, de los cuales al menos el 10. 26% será ejercido por el sector público, con un crecimiento anual acumulado de 4.1% hasta el 2010[23]. Resulta importante acotar, sin embargo, que la inversión en tecnología no es producto de un desarrollo técnico científico nacional, sino que en principio será producto de inversión privada y en muchas ocasiones extranjera. Por otra parte, de la inversión que se hará en tecnología es probable que los servicios ocupen el primer lugar en crecimiento y conforme se obtenga madurez tecnológica se comience a hacer la inversión en lo que es el hardware y el software[24].

---

20 Desafortunadamente el porcentaje del PIB destinado a la investigación en América Latina está muy por debajo del destinado a este mismo objetivo en otras partes del mundo (aproximadamente un 10 por ciento abajo del de países desarrollados). Al respecto ver por ejemplo David De Ferranti, et al (2004). *Estudios del Banco Mundial sobre América Latina*. Washington: Editorial Alfa-Omega. El Consejo Nacional para la Ciencia y la Tecnología CONACYT reporta que en 2006 la inversión en gasto de investigación y desarrollo fue de solo .40% del PIB, mientras que algunas otras fuentes indica que alcanzaba apenas el 0.39%. En cualquier caso, la cifra es raquítica si se compara con la de otros países.

21 Presidencia de la República (2007). "El Presidente Calderón en ocasión de la Presentación del Fondo para Ampliar la Infraestructura de las Instituciones de Educación Media Superior y del Fondo Nacional para el Financiamiento de la Educación Media Superior". 7 de febrero de 2007. Sitio de la Presidencia de la República, disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.presidencia.gob.mx/buscador/index.php?contenido=28918

22 De acuerdo con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la meta del gobierno federal es que el número de personas que usan Internet crezca de 20 millones registradas en 2006 a 70 millones al término de la administración federal. Al respecto ver por ejemplo: "Prevé SCT inversión privada en telecomunicaciones de 264 mil mdp". *Milenio* Miércoles 18 de julio de 2007, disponible en la sala de prensa de la Presidencia de la República en la siguiente dirección electrónica: http://www.presidencia.gob.mx/prensa/ultimasnoticias/?contenido=31083

23 IDC (2007). Declaraciones de Edgar Fierro, director de investigación y consultoría de IDC. Ver: Sin autor (2007). "Prevén que al cierre del 2007 México invertirá 8.9 mmdd en Tecnologías de la Información ". Periódico *Milenio* del 16 de agosto del 2007. Información disponible en línea en la siguiente dirección electrónica: http://www.milenio.com/index.php/2007/08/07/103696/

24 Lo anterior no quiere decir que México no tenga la capacidad o la creatividad técnica y científica

Adicionalmente, la Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable (CANITEC) conjuntamente con el gobierno federal pusieron en marcha el programa Programa Nacional de Conectividad para la Educación y el Trabajo (PROCET)[25], en el cual colaboran las Secretarías de Comunicaciones y Transportes, de Educación Pública, del Trabajo y Previsión Social y el Fonacot a fin de proveer de computadoras y acceso a Internet a las familias de los trabajadores afiliados.

No obstante, de acuerdo con algunos investigadores, la ubicación de México en la sociedad del conocimiento puede verse desde dos puntos de vista: por un lado nuestro país adolece de un importante atraso en los procesos de investigación y desarrollo que no han logrado vincular apropiadamente a los tres agentes fundamentales del desarrollo del conocimiento que son el gobierno, las universidades y la industria, mientras que por otro lado nuestro país registra un cierto avance en los procesos económicos que se relacionan con los sectores electrónico-informático y de la industria de servicios de telecomunicaciones en los que la iniciativa privada lleva la delantera[26]. Esto quiere decir que no hemos abrazado oportunamente la relación que debe haber entre transformación productiva con equidad, educación y conocimiento.

En otras palabras, anteriormente se relacionaba a los diversos sectores productivos con el crecimiento económico, pero desvinculado del sector científico-educativo. Aún cuanto hoy en día México aplica en inversión en conocimiento alrededor del 1.8 del PIB, rubro que comprende gasto en investigación y desarrollo, educación superior y software, cifra que sigue siendo muy pobre comparativamente con la de otros países, ya que en este renglón México se encuentra a la zaga frente a países como Corea, Hungría o Polonia[27]. Como bien dice Ordóñez (2007), hoy en día la sociedad y la economía cada vez inciden más en la producción de saberes y el sector científico-productivo participa cada vez más en la aplicación de estos.

Reflexiones finales y recomendaciones

Es un hecho que la información es la base para el desarrollo del conocimiento, y que las nuevas tecnologías de información y comunicación son sustanciales para la diseminación rápida y eficaz

para producir sus propios productos tecnológicos en materia de tecnologías de información pero sí que, por el momento, el gobierno está buscando cerrar la brecha digital con la ayuda del sector privado y la inversión directa a través de la compra y no del financiamiento en investigación científica. No se trata pues de privilegiar un aspecto o el otro, sino de combinarlos de manera que se genere una sinergia positiva para nuestro país. Es interesante, por ejemplo ver cómo en el caso de China éste país ha propiciado la llegada de inversión extrajera utilizándola como herramienta para desarrollar empresas nacionales de conocimiento a partir de una estrategia de transferencia y aprendizaje tecnológicos. Al respecto ver por ejemplo: Redacción (2007). "México, a la nueva economía sin visión ni estrategia: Ordóñez". Periódico *Criterios.* del 17 de julio del 2007, disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.criterios.com/modules.php?name=Noticias&file=article&sid=11847

25 El PROCET tiene como principal objetivo duplicar el número de hogares conectados en los próximos seis años, así como avanzar en el número de escuelas con dicho servicio. Para mayor información sobre este programa ver: Presidencia de la República (2007). "Diversas intervenciones en la Inauguración de la Expo Convención CANITEC 2007". Miércoles 18 de abril de 2007. Discurso disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.presidencia.gob.mx/buscador/index.php?contenido=29853

26 Palabras de Sergio Ordónez, investigador del Instituto de Investigaciones Económicas (IIEc) de la UNAM publicadas en: Redacción (2007). "México, a la nueva economía sin visión ni estrategia: Ordóñez". Periódico *Criterios.* del 17 de julio del 2007. Opus. Cit.

27 Ibid.

de la información. No obstante, la diseminación de la información no garantiza por sí sola el conocimiento.

Para que nuestro país pueda encaminarse apropiadamente hacia una sociedad del conocimiento es necesario, por un lado, que la población tenga acceso a la información a través de la apropiación y garantía de uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación (lo cual implica la existencia de una política integral de comunicación que articule apropiadamente el acceso a las tecnologías existentes y a las tecnologías por venir) y, por otro lado que exista una adecuada vinculación entre los diferentes actores que son los responsables de promover la gestión y transferencia de conocimientos. En este último rubro se encuentran desde luego las instituciones de educación superior, los centros de investigación, el gobierno y la industria.

Todo lo anterior implica desde luego una articulación apropiada entre las herramientas y los fines, ya que no será posible reducir la brecha digital y el rezago en competitividad del que adolece nuestro país a menos de que estas dos políticas se articulen en una sola que tenga en su mira el desarrollo económico y tecnológico a fin de resolver los problemas de pobreza y desempleo que aquejan a México.

Como hemos visto previamente, en el pasado las políticas de información y comunicación y en general los marcos normativos existentes relativos al desarrollo de los sectores de la información, las comunicaciones y las telecomunicaciones han estado desvinculadas de las políticas sobre crecimiento económico y educación.
Hoy en día se requiere que todas esas políticas se vinculen formalizando una política de Estado y en un marco normativo que faculte la transición de nuestro país, primero hacia la sociedad de la información y luego hacia la sociedad del conocimiento.

Por ello y apoyándonos en Gifreu (1986:109), nos permitimos insistir en que a fin de asegurar que las políticas de información y comunicación respondan a las necesidades de nuestro país, se requiere:

a) Garantizar el acceso y participación colectiva en el diseño de las políticas de información y comunicación.
b) Resguardar nuestra identidad histórica y cultural.
c) Formular políticas y planes de promoción de tecnologías de información y comunicación desde el más alto nivel político y administrativo del sector público.
d) Promover la investigación de las nuevas tecnologías de la comunicación así como la formación de investigadores en políticas de comunicación y la creación de centros de documentación y de investigación.

Desde luego ninguna política sobre tecnologías de información y comunicación podrá rendir los frutos necesarios, ni mucho menos encaminar a nuestro país a la sociedad del conocimiento, a menos que se tomen en cuenta los siguientes factores:

1) Las limitaciones de infraestructura material, así como la actualización tecnológica que requiere nuestro país para mantenerse permanentemente conectado
2) El mantenimiento de la estabilidad económica necesaria para el desarrollo a través de la incorporación paulatina y permanentemente de los sectores económicos menos favorecidos.
3) El nivel educativo y las habilidades de la población relativos a la alfabetización informática y

tecnológica, y por último
4) Una política tecnológica integral y un marco normativo que vincule no solamente a los agentes centrales para la investigación y desarrollo científico y tecnológico, sino también para su articulación dentro del marco social general que permita fomentar su incorporación a la práctica cotidiana en la educación, la industria, el empleo y la cultura.

Por eso es importante que nuestro país ponga en marcha un plan que permita la incorporación de los distintos actores de la vida social hacia el desarrollo y hacia la sociedad del conocimiento. Desde luego dentro de ese plan hay que tomar en consideración diversos factores, tales como el desarrollo de industrias competitivas en el renglón de las tecnologías de información y comunicación que no solo garanticen el desarrollo de la infraestructura de comunicaciones y telecomunicaciones que necesita el país, facilitando el acceso a la información, sino que también promueva la formación de organizaciones y grupos independientes de la sociedad civil que coadyuven en la alfabetización tecnológica de los ciudadanos, en la formación y gestión de empresas y organizaciones usando las tecnologías de información y comunicación, así como en la identificación de objetivos propios o de grupo para el desarrollo de los individuos o de las comunidades de individuos aprovechando la información y gestando nuevo conocimiento a partir de ella.

Existen pues diversas acciones que pueden ponerse en marcha para asegurar que las nuevas tecnologías de información se conviertan en verdaderos instrumentos para el conocimiento, entre ellas:

a) Incentivar la alfabetización tecnológica, la búsqueda de información y las redes de gestión de conocimientos a todos los niveles educativos
b) Vincular a los centros de investigación, las universidades y la industria a fin de desarrollar tecnologías útiles y de fácil implementación social
c) Promover la difusión de información básica, así como incentivar la presencia de grupos y sistemas de generación de conocimiento al interior de todas las organizaciones productivas
d) Construir redes de cooperación y gestión de información y comunicación para el desarrollo al interior de las regiones.
e) Gestionar organismos de la sociedad civil encargados de identificar las necesidades de las comunidades y la resolución de problemas específicos a través del intercambio de información y la gestión de nuevo conocimiento
f) Desarrollar investigaciones multidisciplinarias sobre el uso y aprovechamientos de las tecnologías en todos los ámbitos desde el laboral hasta el educativo, concentrándolas en su implementación para el desarrollo, de manera que se atienda a objetivos específicos de disminución de la pobreza y acortamiento de la brecha digital.

Para finalizar es nuestro deber enfatizar que el diseño de políticas y la gestión de acciones encaminadas hacia el desarrollo no deben estar exentos de un proceso de permanente evaluación de las necesidades sociales y de los resultados obtenidos. Hoy sabemos que por sí solo el acceso a las tecnologías no es suficiente; la información desde luego es el primer paso, pero una información vacía, carente de contenidos, sin la gestión de las habilidades necesarias que permitan a la ciudadanía asignar valor y generar una transformación productiva con equidad, resultaría un gran error. Solamente tomando en consideración todos estos factores será posible que la información se convierta en la materia prima que resuelva, a través del conocimiento, las necesidades del desarrollo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACT (1998). "Fundamentos básicos para el desarrollo de las competencias de trabajo". Iowa: Centro Interamericano para el Desarrollo de Conocimiento en la Formación Profesional. *Organización Internacional del Trabajo.* Disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/papel/13/pdf/biblio.pdf

Aguilar Villanueva, Luis F. (1992). *El estudio de las políticas públicas.* México: Editorial Porrúa, Colección Antologías de Política Pública

Aguilar Villanueva, Luis F. (2003). *El estudio de las Políticas Públicas* México: Primera Antología de Política Pública, 3ª Edición. Editorial Porrúa

Aguilar Villanueva, Luis F. (2003b) *La hechura de las Políticas*. México: Segunda Antología de Política Pública, 3ª Edición. Editorial Porrúa

Aguilar Villanueva, Luis F. (2003c). *La implementación de las políticas*. México: Cuarta Antología de Política Pública, 3ª Edición, Editorial Porrúa

Alampay, Edwin A. (2006). "Beyond access to ICTs: Measuring capabilities in the information society". *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology.* Bridgetown: Aug 2006. Vol. 2, Iss. 3; pg. 4, 19 pgs. Disponible en Biblioteca digital en la siguiente dirección electrónica: http://0-proquest.umi.com.millenium.itesm.mx/pqdlink?index=0&did=1136485181&SrchMode=1&sid=1&Fmt=4&VInst=PROD&VType=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=1188136114&clientId=23693&cfc=1

Albright, Kendra S. (2005). "Global measures of development and the information society". *New Library World.* London: 2005. Vol. 106, Iss. 718; pp. 320, 12 pgs. Disponible en Biblioteca Digital en la siguiente dirección electrónica: http://0-proquest.umi.com.millenium.itesm.mx/pqdlink?index=3&did=886453911&SrchMode=1&sid=1&Fmt=4&VInst=PROD&VType=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=1188136304&clientId=23693

Braman, Sandra (2003). "Trade and Information Policy" in Lewis and Miller (Eds.) (2003). *Critical Cultural Policy Studies: A Reader.* Maiden MA: Blackwell Publishers

Cardozo, Myriam (1993). *Formulación de políticas públicas*. México: CIDE

Casas Pérez, María de la Luz. "Políticas de comunicación, diversidad cultural y sociedad de la información". Ponencia presentada en el XVIII Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación A. C., 31 de mayo al 2 de junio de 2006, Universidad Latina de América, Campus Morelia, México. Disponible en http://www.amicmexico.org

Castells, Manuel (1996). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* Vol. I. La sociedad red. Madrid: Alianza Editorial

Castells, Manuel (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad.* Madrid: Alianza Editorial

Castells, Manuel (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* Vol. *II. El poder de la identidad.* México: Siglo XXI Editores

CERLAC-UNESCO (2000). *OMC, servicios culturales, excepción y diversidad cultural.* En: *Cultura, comercio y globalización*. CERLAC-UNESCO, disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.recam.org/Estudios/OMC_excep_div.doc

Chacón, Lilia (2007). "Retrocede México en acceso tecnológico". Periódico *Mural*. Guadalajara, 3 de agosto de 2007. Pág. 1.

Comisión Económica para América Latina (CEPAL) (2007). "Panorama Social de América Latina 2007". Disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/5/30305/PresentacionPSE-2007versioncortafinal.pdf

Crovi, Delia (2004). *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*. Argentina: La Crujía Ediciones

De Ferranti, David, et. al (2004). *Estudios del Banco Mundial sobre América Latina*. Washington: Editorial Alfa-Omega

Drucker, Peter (1969). *The Age of Discontinuity. Guidelines to our Changing Society.* New York: Harper and Row

Drucker, Peter (1992). *The Age of Discontinuity. Guidelines to our Changing Society.* New Brunswick: Transaction

Drucker, Peter (1993). *The Post-Capitalist Society.* New York: Harper Business

Finquelievich, Susana (2004). "La sociedad civil en la economía del conocimiento: TICs y desarrollo socio-económico". *Instituto de Investigaciones Gino Germani.* Argentina: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Noviembre de 2004. Disponible en: www.cideu.org/site/go.php?id=2432

Flichy, Patrice (1993). *Una historia de la comunicación moderna*. Barcelona: Gustavo Gili

Flores-Crespo, P. (2001). "Sen´s human capabilities approach and higher education in Mexico. The case of the Technological University of Tula" Conference Proceedings – Justice and Poverty: Examining Sen´s Capability Approach, at the Von Hugel Institute. St. Edmund´s College Cambridge, 5-7 June 2001.

Foro Consultivo Científico y Tecnológico (2006). "Conocimiento e Innovación en México: Hacia una Política de Estado". *Elementos para el Plan Nacional de Desarrollo y Programa de Gobierno 2006-2012.* México: Foro Consultivo Científico y Tecnológico

Frau Meigs, Divina (2006). "La convención para la diversidad cultural de la UNESCO: ¿una herramienta obsoleta o un proceso de expansión?". Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Conferencia, 12 de diciembre de 2006. Crónica disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.portalcomunicacion.com/barcelona/esp/croniques_det.asp?id_cronica=26

Gifreu, Joseph (1986). El debate internacional de la comunicación. Barcelona: Ariel

Hamelink, Cees (2003). "Human Rights for the Information Society". Communicating in the Information Society, O´Siochru, S. & Girard, B. (Eds). *United Nations Research Institute for Social Development.* Disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.lime.net/resources/tr/chapter16.pdf.

Lewis, Justin and Toby Miller (Eds.) (2003). *Critical Cultural Policy Studies: A Reader.* Maiden MA: Blackwell Publishers

Masuda, Yoneji (1981). *The Information Society: As Post-industrial Society.* Tokyo: IIS

Masuda, Yoneji (1984). *La sociedad informatizada como sociedad post-industrial.* España: Fundesco, Tecnos

Mattelart, Armand (1996). *La comunicación-mundo. Historias de las ideas y de las estrategias.* México: Editorial Siglo XXI

McBride, Sean (1980). *Un solo mundo. Voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo.* México: FCE/UNESCO

México. Presidencia de la República (2006). Presidencia de la República (2006). "Se reúne el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Lic. Felipe Calderón, con el Primer Foro

Parlamentario de Consulta sobre Educación Superior y Media Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación de México". Jueves 7 de diciembre de 2006. Disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.presidencia.gob.mx/buscador/index.php?contenido=28322

México. Presidencia de la República (2007). "El Presidente Calderón en ocasión de la Presentación del Fondo para Ampliar la Infraestructura de las Instituciones de Educación Media Superior y del Fondo Nacional para el Financiamiento de la Educación Media Superior". 7 de febrero de 2007. Sitio de la Presidencia de la República, disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.presidencia.gob.mx/buscador/index.php?contenido=28918

México. Presidencia de la República (2007). "Diversas intervenciones en la Inauguración de la Expo Convención CANITEC 2007". Miércoles 18 de abril de 2007. Discurso disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.presidencia.gob.mx/buscador/index.php?contenido=29853

México. Secretaría de Comunicaciones y Transportes (2007). "Prevé SCT inversión privada en telecomunicaciones de 264 mil mdp". *Milenio* miércoles 18 de julio de 2007, disponible en la sala de prensa de la Presidencia de la República en la siguiente dirección electrónica: http://www.presidencia.gob.mx/prensa/ultimasnoticias/?contenido=31083

Moguillansky, Graciela (2006). Innovation, the Missing Link in Latin American Countries *JEI Journal of Economic Issues. 2* (40), 343-357.

Nonaka, Toshihirio Nishiguschi (2001). Knowledge Emergence. Social Technical, and Evolutionary Dimensions of Knowledge Creation. Oxford University Press

Nora Simon y Alain Minc. (1983). *Informe sobre la informatización de la Sociedad*. Traducción de Paloma García de Pruneda Madrid: F.C.E.

Ramonet, Ignacio (1999). *Un mundo sin rumbo. Crisis de fin de siglo.* Madrid: Debate

Ramonet, Ignacio (2002). *La Post-televisión: multimedia, internet y globalización económica.* Barcelona: Icaria

Redacción (2007). "México: a la nueva economía sin visión ni estrategia: Ordóñez". Periódico *Criterios* del 17 de julio del 2007, disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.criterios.com/modules.php?name=Noticias&file=article&sid=11847

Redacción (2007). "Prevén que al cierre del 2007 México invertirá 8.9 mmdd en Tecnologías de la Información ". Periódico *Milenio* del 16 de agosto del 2007. Información disponible en línea en la siguiente dirección electrónica: http://www.milenio.com/index.php/2007/08/07/103696/

Santos, María Josefa (1998). *La apertura de las telecomunicaciones en México*. México: Plaza y Valdés - Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM

Sen, Amartya (2000). *Development as Freedom.* New York: Anchor Books

Serrano, Arturo (1990). *Las telecomunicaciones en América Latina. Retos y perspectivas.* México: Prentice – Hall

Steinmueller, Edgard W. (2002). Las economías basadas en el conocimiento y las tecnologías de la información y la comunicación. *Revista Internacional de Ciencias Sociales.* Organización de Estados Americanos. Número 171, marzo 2002. Disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.oei.es/salactsi/steinmuller.pdf

Trejo Delarbre, Raúl (2001). Vivir en la sociedad de la información. Orden global y dimensiones locales en el universo digital. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e*

Innovación. Organización de Estados Americanos. Número monográfico. Número 1, septiembre/diciembre 2001. Disponible en la siguiente dirección electrónica: http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm

UNDP (2001). "Human Development Report 2001: Making New Technologies Work for Human Development". *United Nations Development Programme*. United Nations Human Development Reports: Disponible en la siguiente dirección electrónica: http://hdr.undp.org/reports/global/2001/en/pdf/completenew.pdf

UN (2002). "UN adopts resolution on the World Summit on Information Society". *Information Intelligence Online Newsletter.* Phoenix: Feb, 2002. Vol. 23, Iss.2; pg.4, 2 pgs. Tomado de la biblioteca digital y disponible en la siguiente dirección electrónica:http://0-proquest.umi.com.millenium.itesm.mx/pqdweb?index=24&did=105736429&SrchMode=1&sid=1&Fmt=3&VInst=PROD&VType=PQD&RQT=309&VName=PQD&TS=1183055401&clientId=23693&StartMuseCookie=PQCLIENT%3D020XE7DZUG4KNS7ddm8vgzgnVv%2FzuqdHg%2FoxZYq5GKX2MqUBAfDXSCo6Euk%2F9I3mBNCAT3QtXS%2F7CkI8LVb9Z4N9YBzo%2Fm2GrO3YKVHihW6LaWXbCCVsngfr8HIs3Y5EtQ%2BDCI7uitXwfrCVZOJkKa%2FPet1ElDkUwk8Vvi9j4MRtUIHaZbvnVLykE33KT9cr3rkCKsJQEztRBc9DmZUGR1OXi1niiMnu%2BX4eaxYRJ7CPiX0xWEDkCsGGneBieX5%2B%2Fm8WU8xPpGNHSF4fT%2BwhL4YVBe9N7Kh8TGE70dJBWR5Taiwobk7YV%2FFbFvaz2iZZyqRWgSIYZlrmb94%3D%3B+path%3D%2F%3B+IIIV3333315970%3D%22252-mtyr%2C499512%2C45%2C110%2C0%2C0%22%3B+path%3D%2F%3B+JSESSIONID%3DiT3-34kHmPe8%3B+path%3D%2F#fulltext

UN (2005). "EU/UNESCO: New Report Calls for Knowledge, not Information". *United Nations/UNESCO,* 2005 Tomado de Biblioteca Digital y disponible en la siguiente dirección electrónica: http://0-web.lexis-nexis.com.millenium.itesm.mx/universe/document?_m=8ee537097c98d61d944d294e98a1cd62&_docnum=1&wchp=dGLbVlb-zSkVb&_md5=6175a12e813cefd394a3c0fba422b225&StartMuseCookie=IIIV3333315970%3D%22252-mtyr%2C499512%2C45%2C110%2C0%2C0%22%3B+domain%3Dmillenium.itesm.mx%3B+path%3D%2F

Vattimo, Gianni (1990). *La sociedad transparente.* Barcelona: Paidós

Lidia A. García González*

Análisis sobre el uso de Facebook según los medios electrónicos en México

Resumen

La presente investigación trata de un exhaustivo análisis cuantitativo realizado con notas periodísticas y revistas electrónicas predominantemente mexicanas sobre la aparición del fenómeno comunicativo de Facebook y las diversas temáticas que han surgido durante la expansión y uso de este sitio Web de redes sociales.

Palabras clave: redes sociales, Facebook, usos sociales

Introducción

A últimas fechas se habla mucho de sociedad de la información y del conocimiento, sobre todo a raíz de los encuentros preparatorios de la Cumbre Mundial sobre Sociedad de la Información en sus dos fases llevadas a cabo en Ginebra en el 2003 y en Túnez en el 2005. No obstante, no hay una claridad respecto de qué es la sociedad de la información, cuáles son sus condiciones y si de manera automática ellas nos llevarán a la sociedad del conocimiento.

El debate sobre la sociedad de la información parece estarse dando simultáneamente en diversos ámbitos, por un lado el aspecto financiero y de crecimiento económico se está discutiendo en el marco de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y de la Organización Mundial de Comercio (OMC), y por otro en el del desarrollo humano, la comunicación y la cultura en el seno de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Ambos organismos reconocen que la información es fundamental para el desarrollo, en primer término para favorecer el intercambio de bienes y servicios ya sea promoviendo el crecimiento tecnológico y productivo de las empresas, la capacitación y la innovación o porque la información se constituye como un bien en sí mismo, y en segundo lugar, debido a que el acceso a la información permite elevar el nivel educativo de los pueblos, facultarlos para la creación de bienestar social, ayudar a defender su identidad y su cultura y en última instancia a promover la creación integral de capital humano.

REDES SOCIALES Y FACEBOOK

Las primeras redes sociales aparecen a partir de listas de distribución de correo electrónico, y luego como grupos de interés, o *news groups*, el modelo fue evolucionando de la mano de Ryze, una primera red social de carácter profesional, parecida a lo que es hoy LinkedIn. (Orihuela, 2007).

* Profesora e Investigadora del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)
lidiagarcia@iteso.mx

Según Boyd & Ellison (2007) una red social permite a los individuos: "construir un público o semi-perfil público dentro de un sistema limitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, ver y recorrer su lista de las conexiones así las hechas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro."

En muchas de las grandes redes sociales, los participantes no necesariamente se encuentran en busca de conocer gente nueva, sino que se trata principalmente de la comunicación con personas que ya forman parte de su red social extendida. Para enfatizar esta red social articulada como una característica fundamental de la organización de estos sitios, se denominan "sitios de redes sociales".

Su estructura está formada por perfiles visibles que muestran una lista de amigos que también son usuarios del sistema. Los perfiles son páginas únicas donde se puede escribir de uno mismo. El perfil se genera con las respuestas a estas preguntas, que suelen incluir descriptores como edad, ubicación, intereses, y una "sobre mí" sección. La mayoría de los sitios también animar a los usuarios subir una foto de perfil. Algunos sitios permiten a los usuarios a mejorar su perfil mediante la adhesión de contenidos multimedia o modificar su perfil de apariencia. Otros, como Facebook, permiten a los usuarios añadir módulos ("Aplicaciones") que mejoran su perfil.

Después de unirse a un sitio de red social, los usuarios deben de identificar a otros en el sistema con el que tienen una relación. La etiqueta de estas relaciones es diferente dependiendo del sitio términos populares incluyen "Amigos", "Contactos" y "Fans". La mayoría de las redes sociales requieren bi-direccional de confirmación por la Amistad, pero algunos no.

Facebook es un sitio web gratuito de redes sociales creado por Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica.

Actualmente cuenta con una población de más de 300 millones de usuarios activos, según las estadísticas de la empresa el usuario promedio tiene 130 amigos en el sitio, más de 2 billones de fotos subidas al sitio cada mes, más de 14 millones de videos subidos cada mes, Más de 2 millones de piezas de contenido (enlaces, noticias, blogs, notas, fotos, etc.) comparten cada semana, más de 45 millones de grupos de usuarios activos existentes en el sitio. (Facebook, Stadistics 2009).

MÉTODO DE ANÁLISIS

Para los fines de esta investigación utilicé el sistema **ISI Emerging Markets** que es una herramienta de búsqueda dedicada a la provisión de información de medios electrónicos, reportes financieros, revistas, periódicos.

Con tal motivo creí el medio idóneo, a este motor de búsqueda donde al colocar la palabra "Facebook", encontré un aproximado de 500 noticias referentes al tema. Apareciendo como la nota más antigua publicada el 22 de octubre de 2007 por el **periódico El Norte.**

En la segunda parte de la investigación se cuenta con un corpus de notas periodísticas de 917, contando desde el 9 de septiembre de 2008 al mes de junio de 2009. En total fueron analizados un aproximado de 1400 notas periodísticas, que representan 20 meses de notas periodísticas.

En consecuencia hice una captura sistematizada de todas las notas por orden de aparición cronológica, indicando:

1. Fecha de publicación.
2. Nombre de la publicación.
3. Tipo de publicación. (Revista, Boletín, Reporte)
4. País donde se realizó el acontecimiento.
5. Temática general. (Social, Política, Económica, etc.)
6. Uso de Facebook.
7. Palabras clave.
8. Temática específica.
9. País donde se realizó la nota.

Al final de este proceso de captura de información obtuvimos un aproximado de **4,500 datos** sobre el fenómeno Facebook en los medios electrónicos **(Periódicos, Agencias de Noticias, Revistas, Reportes Financieros).**

FUENTES DE INFORMACIÓN SOBRE EL FENÓMENO FACEBOOK

El análisis sobre las fuentes de información arrojó 53 tipos de notas:

- **32 Periódicos.**
- **10 Boletines.**
- **6 Revistas.**
- **2 Agencias de Noticias.**
- **3 Reportes.**

Gráfica n°. 1

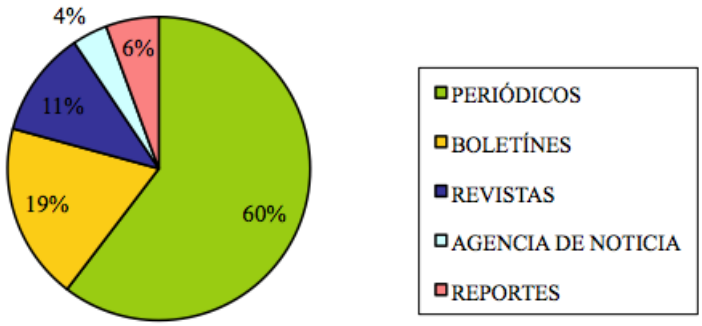


Tabla n°. 1
Periódicos

Crónica	El Hidrocálido	Sol de México	InfoselNews
Diario de Juárez	El Mexicano	Sol de Morelia	La Jornada
Diario de Tampico	El Milenio	Sol de Tampico	InterPressService
Diario de Yucatán	El Norte	Sol de Tijuana	El Mural
Diario Nuevo de Casas Grandes	El Occidental	Sol de Tulancingo	Palabra
El Economista	El País	Sol del Centro	Reforma
El Financiero	El Sol de Cuautla	El Universal	Sentido Común
El Heraldo de Tabasco	Sol de Durango	Euclid Infotech Utilities	TerraNetworks

Tabla n°. 2
Boletines

Budde Comm Telecom Market	Convergencia	MediosPressInfo	Euro Money Ins America	Mex Analytica
Computer Wire	Entrepreneur	Medios Weekly	LA Weekly Report	InfoChannelMexico

Tabla n°. 3
Revistas

Alto Nivel	Revista Mexicana de Com.	CIDAC
Revista América Economía	Revista Proceso	Expansión

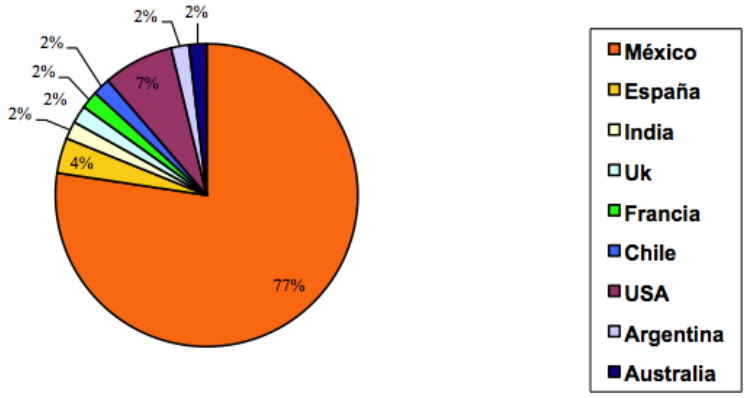
Tabla n°. 4
Agencia de Noticias

Agencia EFE
Notimex

Tabla n°. 5
Reportes

BN Americas News	Novis Cosmetic News
Europe Industry Report	

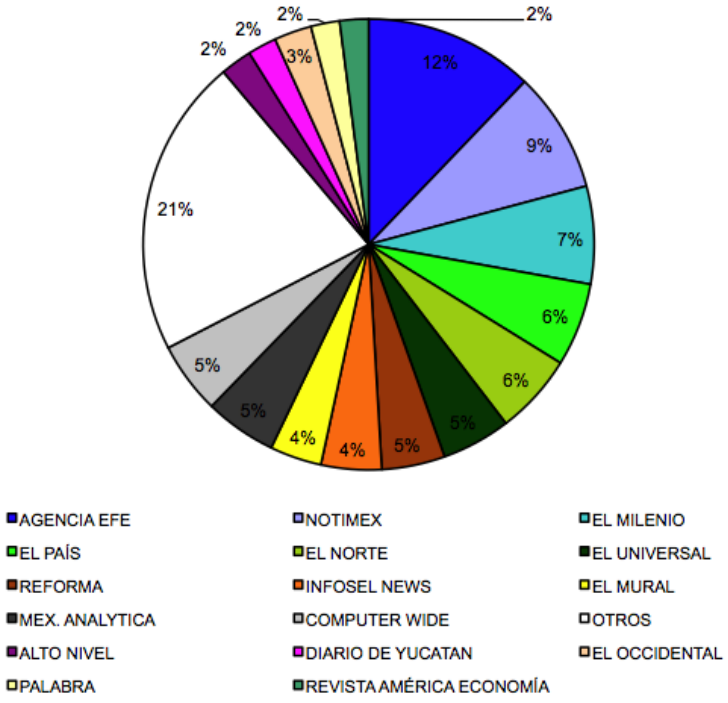
Gráfica n°. 2



DISTRIBUCIÓN DE NOTAS POR NOMBRE DE LA PUBLICACIÓN

En la **Gráfica No. 3** en tanto a los porcentajes sobre el nombre de la publicación ninguna tuvo un porcentaje mayor al **12%** como es el caso de la **Agencia EFE**, lo que representa 59 de 484 notas, seguido de **Notimex** con **9%** lo que da un 42 de notas, después se ubica el **Diario Milenio** con un **7%** que se traduce en 34 notas, **El País 6%** dando un total de 29 de notas de igual manera que el periódico **El Norte**. Un **5%** para **El Universal**, **Reforma**, **Mex. Analytica** y **Computer Wire** que simbolizan 25 notas cada una. El resto constituye los porcentajes del **2%** y **3%** el **Diario de Yucatán**, **Alto Nivel**, **Palabra**, **Revista América Economía** y **El Occidental**. Un **21%** es resultado de las demás publicaciones que esporádicamente publicaron sobre el tema, ver las tablas **1, 2, 3, 4,5.**

Gráfica n°. 3



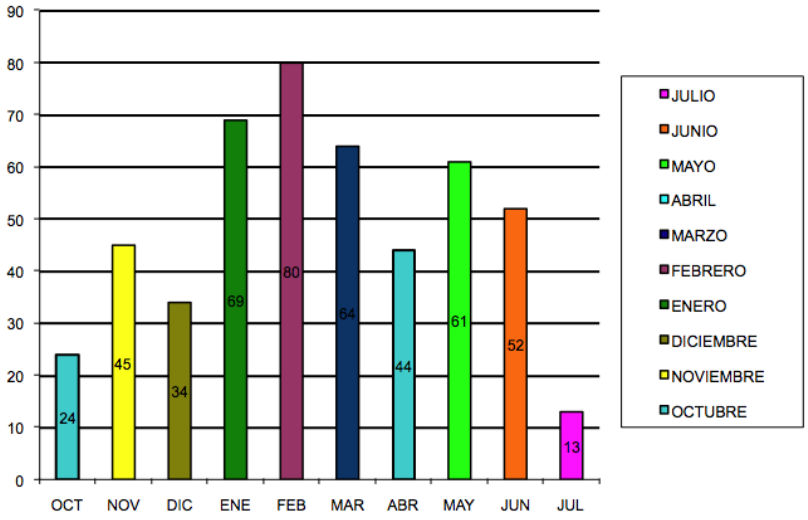
FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN DE LAS NOTICIAS

Anteriormente habíamos mencionado que esta investigación comprende desde el 22 de octubre de 2007, que corresponde a la primera nota aparecida en el sistema **ISI Emerging Markets** al día 7 de julio de 2008. Lo que acierta a 10 meses dando como resultado un número de 484 notas publicadas.

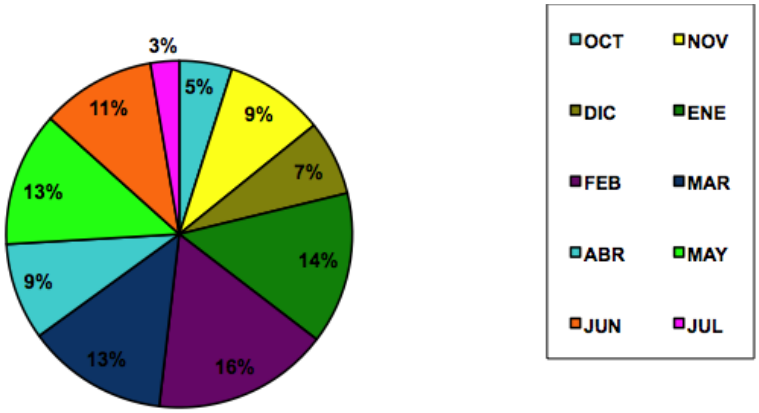
En la **Gráfica No. 4 y Gráfica No. 5** vemos que en el mes de enero, febrero y marzo de 2008, es cuando más se ha publicado sobre el fenómeno Facebook donde se registraron un total de 69 (Ene.), 80 (Feb.) y 64 (Mar.) notas, lo que concierne a un **14%,16%** y **13%** respectivamente; suponemos que el motivo de estos indicadores es por el ***Boom*** del Uso de Facebook.

Posteriormente se observa una similitud en los meses de marzo a julio de 2008, pero no con la misma intensidad que alcanzaron los tres primeros meses; es pertinente decir, que tendremos que observar que sucede con el resto de los meses de 2008, para ver si hay un crecimiento mayor al antes mencionado o viceversa.

Gráfica n°. 4



Gráfica n°. 5



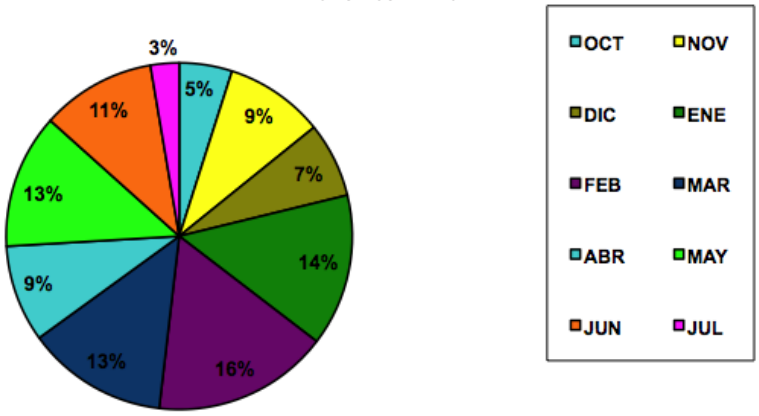
TEMÁTICAS GENERALES
(PRIMERA PARTE DE LA INVESTIGACIÓN)

En la **Gráfica No. 6** podemos apreciar que las temáticas generales en las publicaciones que hicieron referencia fueron 7 las más importantes que corresponden a:

1. **Política**_____**25%**
2. **Negocios**_____**26%**
3. **Jóvenes**_____**11%**
4. **Redes Sociales**_____**10%**
5. **Desarrollo de Aplicaciones**_____**8%**
6. **Telefonía**_____**5%**
7. **Delitos**_____**5%**

En la **Gráfica No. 7** veremos cuales son los temas específicos (o casos) a los que refieren estos porcentajes.

Gráfica n°. 6



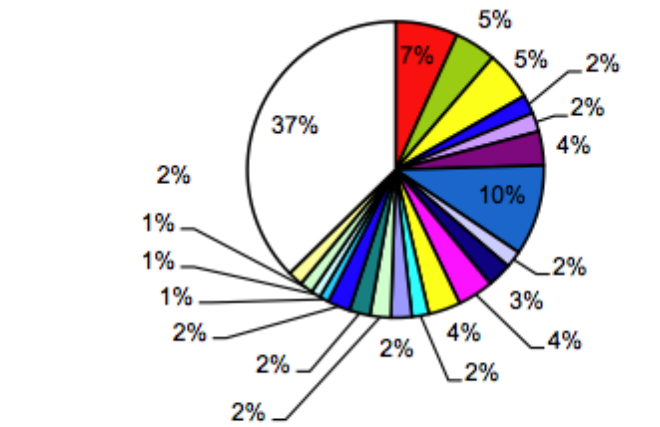
TEMÁTICAS ESPECÍFICAS (O CASOS) Y USOS DEL FACEBOOK SEGÚN LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS ELECTRÓNICOS.

En la **Gráfica No.7** son cuatro los temas, o casos más importantes que fueron mencionados en las publicaciones, lo cual se traduce en un porcentaje total de **27%** el resto que es un **73%** que se convierte en una multiplicidad de temas sobre el uso del Facebook según los medios:

1. **Campaña Electoral de USA/ Elecciones Presidenciales/Creación de Redes Sociales para el apoyo a la campaña de Obama.**
2. **Movimientos Sociales contra las FARC/Movimiento "Unidos Contra las FARC"/ Liberación de Ingrid Betancout/ Convocatorias para Marchas Globales en contra de las FARC.**
3. **Los millones de usuarios de Facebook en América Latina.**
4. **Desarrollo de Aplicaciones/ Negocios/ Open Source/ Telefonía/.**

En estas temáticas no se agota el uso del Facebook ***ver Gráfica No. 7.***

Gráfica n°. 7

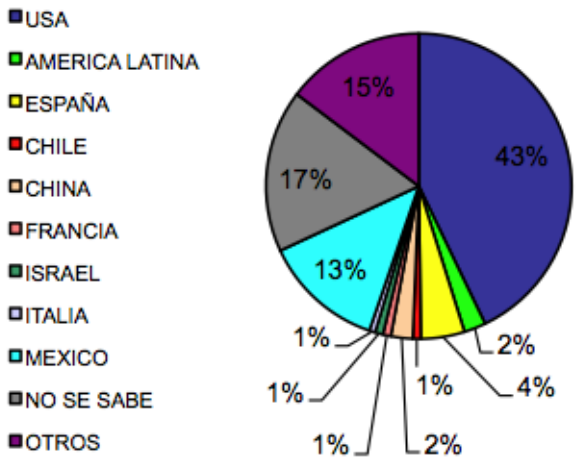


PAÍS DONDE SE HACE ESTE USO DEL FACEBOOK.

En la **Gráfica No. 8** se analizó cual es el país donde según las notas especifican el uso de Facebook. Es en **Estados Unidos** donde los datos analizados representan un **42%**, seguido de un **15%** en **México**, **17%** no se sabe.

Es importante mencionar que según Radar O´reilly.Com México se encuentra en el doceavo lugar de usuarios de Facebook lo que corresponde a casi un millón de usuarios, coincide nuestro estudio con esta fuente estadística para el caso de los Estado Unidos que ocupa el primer lugar en el uso de esta red social.

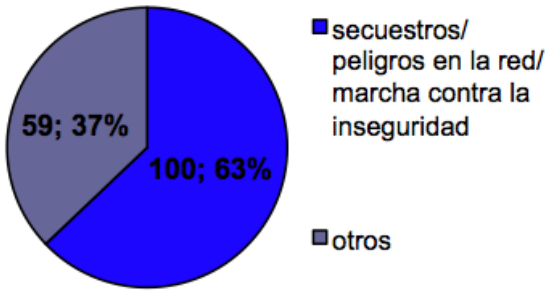
Gráfica n°. 8



SOBRE SEGURIDAD EN REDES SOCIALES A PARTIR DEL CASO DEL SECUESTRO DEL JOVEN FERNANDO MARTÍ.

Del 9 de agosto al 9 septiembre de 2008, se publicaron 159 notas sobre redes sociales y Facebook de las cuales 100 eran sobre:

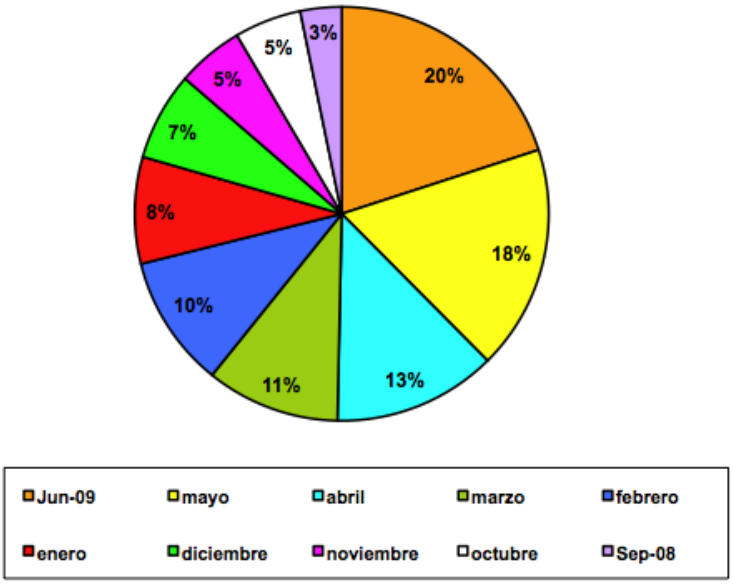
1. Marchas contra la inseguridad “Iluminemos México” organizada vía Facebook.
2. Cuidado con los datos personales en las redes sociales, secuestros, banco de datos para plagiarios.
3. usan redes sociales criminales para encontrar a sus víctimas.



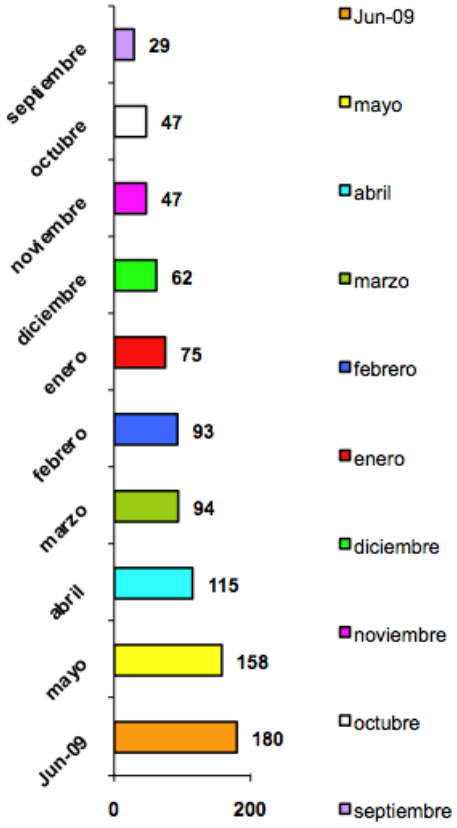
2. SEGUNDA PARTE DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE USO DE FACEBOOK SEGÚN MEDIOS ELECTRÓNICOS EN MÉXICO

A continuación se muestra una segunda parte de la investigación sobre uso de Facebook según los medios electrónicos mexicanos con un corpus de 917 notas publicadas del 9 de septiembre de 2008 al mes de junio de 2009. Lo que podemos ver en la gráfica **2.1** y **2.2** es un crecimiento de número de notas publicadas conforme fueron pasando los meses. En tanto que de la primera parte de investigación el número mayor de notas por mes se realizó con un total de 80 notas en el mes de febrero de 2008. En la segunda parte de la investigación el número más alto de notas publicadas fue de 180 en el mes de junio de 2009. Lo que significa que se duplicó la cifra respecto a fenómeno de Facebook y redes sociales.

Gráfica n°. 2.1
Porcentajes sobre el número de notas publicadas por mes



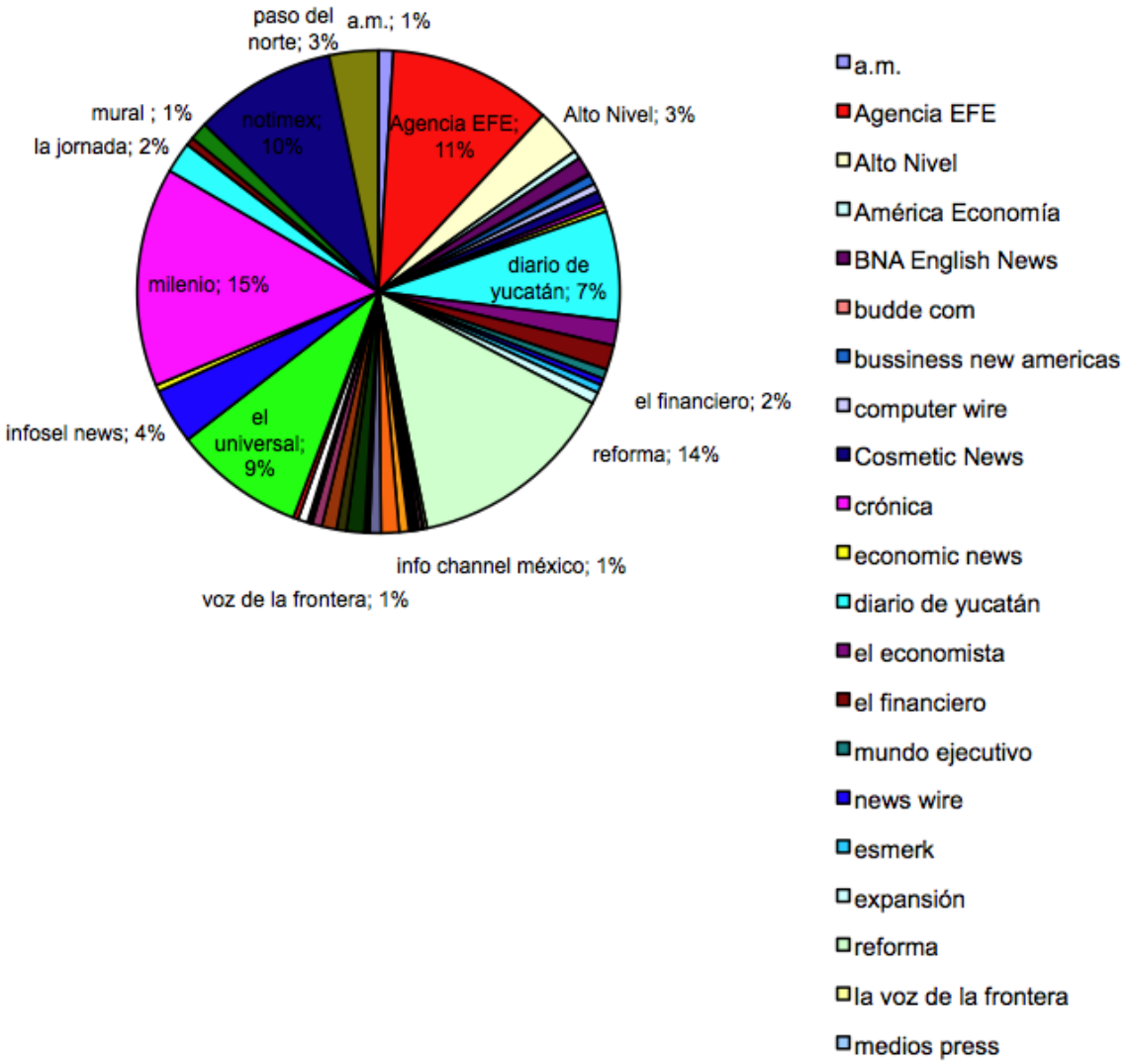
Gráfica n°. 2.2
Porcentajes sobre el número de notas publicadas por mes



SOBRE LAS PUBLICACIONES

En un total se registraron **53 publicaciones** de las cuales en ningún caso hubo un porcentaje mayor al **15%** (134 notas) **Milenio**, **Periódico Reforma 14%** (129 notas), **11%** (100 notas) **Agencia EFE**, **10%** (87 notas) **Notimex**, **9%** (80 notas) para **El Universal**, **7% Diario de Yucatán 4%** (67 notas), **Infosel News 4%** (34 notas), representando estos porcentajes un **83%** (631 notas), el resto un **17%** (286 notas) por otros porcentajes menores de otras publicaciones.

Gráfica n°. 2.3
Nombres de las publicaciones



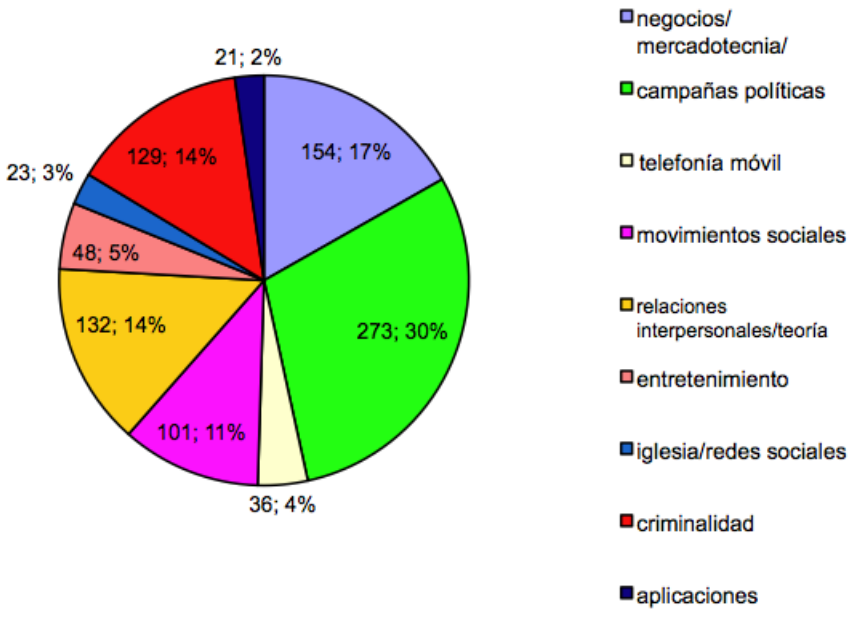
TEMÁTICAS DE LA SEGUNDA PARTE DE LA INVESTIGACIÓN

Las principales temáticas que se abordan en la segunda parte de la investigación son:

1. Campañas políticas en México/Movimiento Voto Nulo, creación de perfiles de políticos mexicanos en Facebook, que representa un 30% (207 notas) comparativamente con la primera parte de la investigación hubo un incremento de 5% que representa 82 notas más sobre ésta temática.
2. Negocios, Redes Laborales, Mercadotecnia, Promoción de productos que representa un 17% (154 notas).
3. Relaciones Interpersonales en Facebook, Crecimiento de las redes sociales, Educación para los medios digitales, Invasión a la privacidad, Transformaciones sociales, representa un 14% (132 notas).
4. Criminalidad en las redes sociales tales como delitos cibernéticos, acoso a menores, robo de identidad, vacío legales, secuestros, manejo de información y bases de datos, casos de extorsión, *grooming*, *sexting*, actos ilegales, invasión a la privacidad, protección a menores de edad, fiestas ilegales organizadas por Facebook, virus por FB, exhibicionismo en la red, representa otro 14% (132 notas), mientras que en la primera parte de la investigación el porcentaje de notas era de un 5% (24 notas).
5. Movimientos Sociales, tales como cerco informativo por el Golpe de Estado en Honduras, Represión en Irán, movimientos sociales de diversidad sexual, creación de grupos por la Influenza, movimientos juveniles de expresión varios que representa un 11% (101), que en la primera parte de la investigación representaba solamente 21 (4%).

Estas 5 temáticas anteriormente mencionadas representan un **86%** (726 notas) contando que el resto un **14%** (191) representan las temáticas de entretenimiento **5%**, telefonía móvil **4%**, aplicaciones para Facebook **3%** y creación de redes sociales para la Iglesia **2%.**

Gráfica n°. 2.4
Temáticas



CONCLUSIONES FINALES:

Después de un exhaustivo análisis cuantitativo presentado en esta investigación, es importante decir que este trabajo trata de un primer acercamiento hacia el fenómeno de red social de Facebook. Para la investigación en comunicación en el tema referente al Internet, Sociedad de la Información y Cibercultura, habrá bastante en lo futuro para abordar con un diseño teórico y tanto metodológico para construir un objeto de Estudio pertinente, a lo que las Comunidades Mexicanas están haciendo uso de esta red social. De manera breve podemos concluir que:

1. El uso de Facebook abarca un sin número de aplicaciones sociales. No podemos reducir este uso al hecho de compartir fotos, crear lazos sociales o compartir información con amigos. En este respecto ha predominado una visión reduccionista de su uso según los medios analizados.

2. El tema del uso político de esta red social está creciendo en el caso Mexicano, mencionando que los partidos políticos del PAN y PRI principalmente están realizando apoyo de este medio para sus campañas políticas, como el PRD entre otros partidos. Lo que se vivió en Estados Unidos por la campaña electoral de Barack Obama está revolucionando la manera de hacer política y habrá que pensar que impacto social tendría en México.

3. La cuestión sobre infancia y juventud pese a que no resaltó significativamente en la primera parte, es a mi parecer un punto crucial en el desarrollo de estas redes sociales. En México tomando que es el 2° Lugar en el que se produce pornografía infantil en Internet, según Marco Antonio Navarro, Gerente de Seguridad Digital de Microsoft México, es en este tipo de redes sociales donde hoy día los delincuentes buscan a sus víctimas.

4. En la segunda parte de la investigación se apreció un crecimiento al doble de la publicación de notas periodísticas sobre el fenómeno de Facebook hasta el último mes estudiado (junio 2009) lo que significa un interés especial de la agenda mediática por este tipo de fenómenos sociales. Cabe resaltar que las temáticas más importantes en México y los USA, respecto al uso social sobre campañas políticas y, por otro lado, el impacto que ha tenido esta red social en las relaciones humanas; así mismo el crecimiento de la criminalidad en la red, en tanto a robo de identidad, acoso a menores, protección de datos, extorsión; dan cuenta que es una problemática importante en nuestro país, lo cual nos lleva a pensar en cuestiones de educación para los medios digitales, como antes he mencionado. En suma, los movimientos sociales en varias partes del mundo median sus interacciones sociales por estas redes, dando cuenta que hay un nuevo escenario social para su estudio, que habrá que estudiar a fondo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOYD, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*(1), article 11. http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html

DUPIN, María Redes Sociales ¿Ciudades de vidrio? http://www.bbc.co.uk/mundo/cultura_sociedad/2009/07/090528_1120_especial_redes_sociales_intro_med.shtml Fecha de Consulta: 1 Octubre 2009.

FACEBOOK http://www.facebook.com/facebook?ref=pf#/press/info.php?statistics Fecha de Consulta: 25 de Octubre 2009.

SECURITIES http://www.securities.com/ Fecha de Consulta Junio 2009.

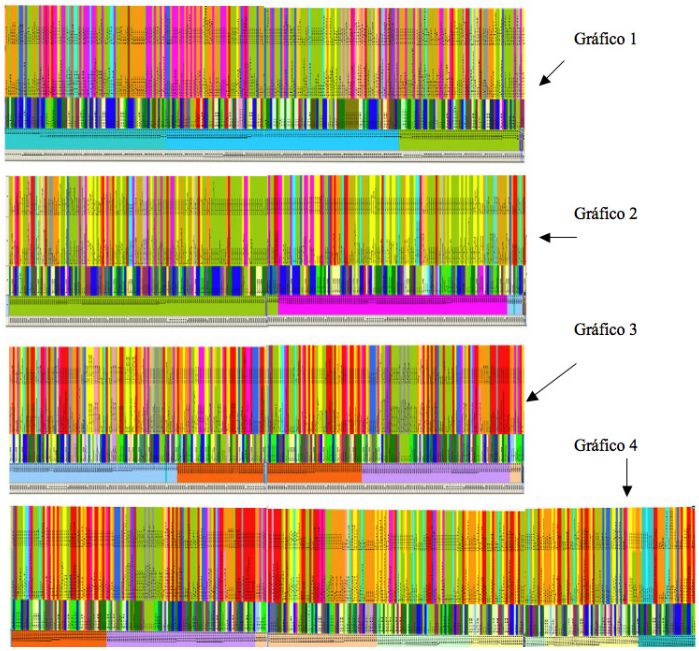
PERIÓDICO EL UNIVERSALhttp://www.el-universal.com.mx/finanzas/65073.html Fecha de Consulta 19 de Julio 2008.

PERIÓDICO EL UNIVERSAL http://www.el-universal.com.mx/notas/511469.html Fecha de Consulta Julio 2008.

PERIÓDICO EL UNIVERSAL http://www.el-universal.com.mx/finanzas/vi_64659.html

RADAR OREILLY http://radar.oreilly.com/2008/05/facebook-demographics-age-and.html Fecha de Consulta 30 de Julio 2008.

ANEXOS
BASE DE DATOS DE NOTAS PERIODÍSTICAS



Erika Rueda Ramos*

Apropiación de Internet en adultos en la vida cotidiana: algunas experiencias

Resumen

El presente trabajo muestra algunas experiencias de apropiación de internet en personas adultas mayores de 48 años de la Ciudad de México. La primera parte la integran las definiciones de apropiación de tecnología, la cual sugiere un proceso específico de incorporación de conocimientos y de manejo de herramientas tecnológicas, y posteriormente se presentan algunas declaraciones respecto a su visión, actitud y forma de relacionarse con la tecnología en su vida cotidiana. En particular, se determina que las diferentes formas de acercarse y usar la tecnología depende del contexto, las necesidades y objetivos de cada persona, más allá del factor edad.

Palabras clave: apropiación, adultos, Internet

Introducción

En un poco más de una década, los mexicanos han visto el nacimiento y desarrollo de diversas tecnologías de información y comunicación (TIC) y casi de manera instantánea se han vuelto parte de las actividades diarias de las personas. Las TIC han abierto la puerta a un nuevo modo de trabajar y relacionarse, a una nueva economía y a una sociedad que se salta fronteras y jerarquías en su afán de transmisión de la información. Según Castells (2001), todas las áreas de la actividad humana están siendo modificadas por los usos de Internet, dado que la comunicación constituye la esencia de la actividad humana. Por primera vez en la historia, cantidades sustanciales de información pueden llegar rápidamente a cualquier persona, en cualquier momento y en cualquier lugar (Acevedo, 2006:9).

Las tecnologías como productos innovadores han generado, entre los individuos, diversas expectativas; por una parte como respuesta a múltiples necesidades, como la herramienta que debe usarse para estar a la moda y por otra, la idea negativa de que las tecnologías invaden la privacidad, enajenan y alteran el orden social. Independiente a estas posturas, las TIC son parte de las actividades diarias de las personas, y ello ha propiciado cambios en los esquemas de vida, en las acciones que ya realizábamos o como nuevas opciones para comunicarse.

Vivimos una época repleta de información, con la posibilidad de conocer y alcanzar sitios distantes y personas sin movernos de un solo lugar. Tenemos la oportunidad de nuevas capacidades y de dejar huella de todo lo que hacemos. Internet como tecnología innovadora, permite estrechar lazos perso-

* Maestra en Comunicación y doctoranda en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Ciencias de la Comunicación. Correo electrónico: erueda4@gmail.com

nales e incluso propiciar un contacto tan frecuente que las relaciones de colaboración se cimentan y las comunidades se consolidan (Trejo, 2006: 97).

Las experiencias de uso de dispositivos digitales, han llevado a particulares procesos de socialización tecnológica y transformación de prácticas comunicativas construidas en contextos diversos. De ahí que este trabajo busque tener una aproximación a las realidades de las prácticas cotidianas de uso de tecnología y reflexionar sobre la significación de las TIC en las personas adultas a partir de los aspectos de carácter simbólico que motivan o apoyan la apropiación.

En esta ocasión, no sólo hablamos de equipos físicos, sino que cada tecnología lleva significados asociados con su uso, creados y difundidos por las mismas personas o los proveedores de los servicios. Las TIC se conciben como generadoras de cambios sociales y culturales y en este siglo ya no es posible pensar en el desarrollo humano sin los sistemas de comunicación (Castells, 2001: 55-57).

Bajo este panorama y para poder explicar las experiencias de los adultos frente a internet, a continuación definiremos los conceptos relacionados con la apropiación y posteriormente se mostrarán algunos ejemplos de las formas de ser con la tecnología de los adultos mexicanos.

La apropiación de Internet

Los cambios que se han generado con la aparición de las TIC han provocado que se creen expectativas sobre la transformación de las prácticas sociales. Es común que los alcances que se prevén se limiten al enfoque utilitario de las herramientas y en menor proporción a los alcances sociales que éstas puedan tener. (Sagástegui, 2005).

Estamos inmersos en un nuevo sistema de conocimiento en el mundo, donde existen medios técnicos que hacen posible que la información pueda transportarse sin necesidad de sus soportes físicos, integrarse a una red global de intercomunicación que modifica los parámetros espacio-temporales y desmaterializa procesos sociales y, por ende, transforma las modalidades de educación, trabajo, ocio, sociabilidad y consumo en general (Sagástegui, 2005:2).

La aparición de nuevos artefactos viene acompañada por una etapa de creación de imaginarios sobre las tecnologías, ya que una vez establecidos los aparatos, se inicia el proceso de utilización, que es cuando los sujetos incorporan la tecnología, ya sea aprendiendo sus modos de operación o bien adaptándolos a su existencia.

Por lo anterior, las tecnologías deben analizarse como parte de lo que la sociedad produce, ya que éstas adquieren sentido a la luz de las prácticas de los sujetos. Para entender su uso, es necesario ubicarla dentro de un contexto social y cultural que establece las condiciones para que se acepten y desarrollen. Para Castells (2001) existe una cultura de Internet, y ésta se va consolidando gracias a su evolución y a las formas de uso que les den las personas.

La apropiación implica hacer nuestra la tecnología, transformarla y darle significado para lograr un objetivo específico. Cada actividad se caracteriza por ajustarse a un conjunto de reglas que son interiorizadas a través de la socialización. Con las tecnologías surgen nuevos procesos de comunicación

que deben entenderse como parte de nuevos roles sociales, modos de representación de conocimiento, basados en las experiencias de los sujetos.

Hablar de apropiación de la tecnología implica la interacción con otros usuarios y la tecnología misma y a partir de ella el individuo tiene la capacidad de otorgar diferentes significados a las TIC derivados de sus necesidades y de su propia realidad. El significado social que dan los grupos a la tecnología está muy ligado a su utilidad y a la respuesta que esta ofrece a sus necesidades más inmediatas. "Para que se produzca la apropiación el individuo debe al menos llegar a dominar las posibilidades estandarizadas que ofrece la tecnología para poder aprovecharla y ser capaz de generar un uso adecuado a sus necesidades y contexto" (García, 2007).

La apropiación de la tecnología es una forma de crear significado social desde las actividades cotidianas de la vida diaria, lo que alude un entramado de relaciones existentes entre las necesidades, deseos, posibilidades y recursos de manera que se construye el conocimiento dentro del contexto específico donde se desarrolla (Sagástegui, 2005: 15).

La apropiación, entonces se da cuando las personas conocen la herramienta, la valoran, aprenden a usarla para satisfacer sus necesidades e intereses y posiblemente las de su grupo social y le dan sentido de pertenencia. Usar y apropiarse de la tecnología implica procesos no sólo en relación con la herramienta en sí, sino también con el contexto en el cual la tecnología de desarrolla, aspectos culturales y sociales. De ahí que Internet se articule en la vida de las personas y se vuelva un objeto relacional y de resignificación de las prácticas diarias.

En el caso de las personas adultas, mayores principalmente, tuvieron que aprender a usar la tecnología por obligación y uno de los propósitos de esta investigación es reconstruir el proceso en el cual las personas tanto inmigrantes tecnológicos usan y se apropian de internet.

Conociendo la tecnología

La presencia actual de tecnologías como internet es tan grande que es difícil que cualquier persona no conozca de su existencia. El imaginario social que los adultos se han creado en torno a internet, se ha formado gracias a la publicidad realizada por los proveedores, quienes las ofrecen como elementos de desarrollo, así como los programas de gobierno y los usuarios mismos. Además, la forma en que los sujetos aceptan o no estas herramientas depende de las percepciones que tengan de ellas, no todos se aproximan de la misma manera, depende mucho el para qué y cómo las utilizan, así como el sentido que les dan.

El conocimiento de tecnología en los adultos se ha propiciado ya sea por obligación en espacios laborales o por interés propio. Todos los sujetos empleados que fueron entrevistados tuvieron los primeros encuentros con las computadoras e internet en sus trabajos y con cierta resistencia tuvieron que aprender a usarlos. A diferencia de las amas de casa que debieron esperar algunos años más hasta que estas tecnologías, fueran accesibles en costo y disponibilidad y ganaran su atención.

> *"Yo aprendí a usar internet con mis compañeros cuando lo instalaron en la oficina, no quería porque se me hacía algo muy difícil, pero al final aprendí lo suficiente y ahora lo sigo usando. Me parecía algo*

muy complicado y me sigo desesperando cuando la computadora no hace lo que quiero". Informante varón, 63 años.

"Yo supe de esas máquinas hace poco cuando mi esposo le compró a mi hija la suya y cuando empecé a ver que abrían cibercafés, ahí supe de que se trataba. Ahora mis hijos me enseñaron para atender la tienda de celulares que tenemos y ya le sé. Además tenía que aprender de lo que todo el mundo habla ahora". Informante mujer, 49 años.

Los entrevistados recordaron eventos vistos y vividos con estos medios, para ellos fue una sorpresa su aparición y mucho más cuando conocieron las posibilidades que la tecnología les ofrecía.

"*Me sentí invadida, no quería aceptar que tuviéramos que aprender a maniobrar aparatos, pensé que mi experiencia como contadora no iba a servir si me podían un aparato de esos y un jovencito que los trabajara. Ahora me doy cuentan que no es así, lo que yo sé es lo que vale y estos aparatos sólo me ayudan, me facilitan el trabajo mismo." Informante mujer, 50 años.*

Para los adultos que trabajan, la tecnología ha llegado como un apoyo, algunos la usan sólo lo necesario y manifiestan que su conocimiento los defiende de cualquier herramienta nueva.

"Hay una chica que nos apoya con la captura de documentos, le sabe bien a la máquina, pero el que decide qué se hace soy yo, estos muchachos que nos apoyan no tienen idea de cómo se hace el trabajo, tienen mucho que aprender. Las computadoras sólo son un apoyo y el saber cómo se hacen las cosas nos ayuda a que no nos corran". Informante varón, 63 años.

El capital cultural en un individuo también condiciona la forma en que los adultos se apropian de la tecnología, ya que es a partir de ella que se enriquece la interacción con la herramienta, al mismo tiempo que se desarrollan disposiciones cognitivas y lenguajes particulares. De igual manera, las comunidades a las que los adultos pertenecen, los valores socialmente aceptados y sus prácticas culturales mantienen una estrecha relación con la forma de relacionarse con la tecnología.

La vida cotidiana y las TIC: a favor y en contra.

Al revisar los relatos de los adultos entrevistados, se aprecia un interés por el uso de la tecnología. Hay quienes tienen un uso constante de la herramienta y han logrado integrarlas a las actividades de su vida diaria al grado que ya no pueden estar sin ellas.

Las vivencias y prácticas que experimentan los adultos con la tecnología muestran las valoraciones que tienen hacia ella, ya sea en los hogares o en los centros de trabajo. El aspecto que más destaca es el considerar a la herramienta como un elemento de apoyo en las actividades diarias. El hecho de la computadora e internet ofrezca más posibilidades de comunicarse y trabajar, los convierte en objetos indispensables que poco a poco va adquiriendo valores de desarrollo.

"Internet es vital en mi trabajo, gracias a eso puedo estar con mi equipo de trabajo conectado por el chat, por ahí nos mandamos documentos, pido lo que necesito y hasta puedo platicar muy a gusto. No necesito estarme parando a cada rato para trabajar, ahorro mucho tiempo. Si me quitaran esta tecnología me muero, no la haríamos con tanto trabajo que tenemos" Informante mujer, 49 años.

La facilidad que internet ofrece para el intercambio y actualidad de la información es una ventaja. Internet por los adultos se percibe como instrumentos nuevos e innovadores que fomentan nuevos tipos de relaciones sociales y actividades. Al igual que los jóvenes, los adultos dan importancia a internet no sólo por ser herramienta de apoyo, sino porque crea y refuerza relaciones sociales con nuevos mundos simbólicos, "Estar en la red no es sólo un asunto instrumental, es, sobre todo un modo de convivir". (PNDU, 2006:116).

La tecnología juega un papel fundamental en el aspecto emocional, ya que a través de ella se puede estar comunicados todo el tiempo y coordinar actividades. Los adultos pueden poner ciertas barreras en el uso pleno de la tecnología, sin embargo de forma indirecta reconoce las virtudes que pudiera tener.

> *"Como médico me piden que llene una forma en la computadora, se han olvidado de la parte humana de los doctores, los jóvenes piensan que llenando formitas pueden curar a la gente y no es así. Me sometieron a usar ese programa en mis consultas, tuve que aprender, y aunque ya sé usarlo y todo es más organizado, creo que no es necesario, no respetan que hay personas que no nos interesa usar la tecnología, no nos hace falta. " Informante varón, 58 años.*

> *"No puedo negar que ya la tecnología nos ha rebasado, pero no estoy de acuerdo, eso es para la gente más joven, lo malo es que ya está aquí y tenemos que usarla". Informante varón, 58 años.*

Las tecnologías ya forman parte de los comportamientos cotidianos de los usuarios y son ellos que con su participación determinan el tipo de consumo que se hace de ellas. Sin embargo a pesar de que tecnología puede personalizarse, no todos los usuarios desean hacerlo para satisfacer sus gustos y necesidades, lo que significa que todavía existe un número significativo de usuarios pasivos que consideran los dispositivos como objetos de serie. (Castells et. al, 2007:174).

A medida que los sujetos construyen sus vidas junto a las redes se aportan a los dispositivos valores, percepciones y miedos. La comunicación con tecnología se convierte en un estrato multifuncional que engloba todas las prácticas sociales, extendiéndose a la interactividad global y, por tanto, haciendo aparecer incesantemente recursos con nuevos significados.

> *"Es bien difícil dejar de hacer trámites por internet, ya me acostumbré, me parece como algo mágico que debo seguir usando." Informante mujer, 48 años.*

Los adultos conectados permanentemente organizan las mismas prácticas que constituyen la experiencia cotidiana siguiendo un modelo distinto caracterizado por un sistema en red universal en la familia, en las relaciones sociales, en el trabajo y en los servicios sociales, en el ocio, sobre la base de una red selectiva. La gente construye sus propias redes, y las reconfigura a medida que se transforman su forma de vida y su trabajo" (Castells et. Al, 2007:203).

> *"Le hablo a mis amigas para que se conecten, así todas chateamos y estamos al día de lo que nos pasa". Informante mujer, 49 años.*

> *"Con internet estamos toda el área del trabajo conectada, nos pasamos información y sacamos el trabajo. No creo que pudiéramos avanzar como lo hacemos si internet no existiera. Además, gracias al facebook tengo una relación magnífica con mi hija menor, casi no nos vemos pero siempre nos mandamos mensajes por internet". Informante mujer, 48 años.*

Con la tecnología se crean, refuerzan y mantienen lazos entre familiares y amigos. Las rutinas de la vida diaria representan el campo de las prácticas sociales donde se desarrolla la mayor parte de las actividades que conforman la experiencia, aprendizaje y percepciones de las personas. Es con la familia o las amistades, en el trabajo o sencillamente realizando actividades de ocio que poco a poco se van construyendo significados de ciertos elementos que aparecen como parte del desarrollo tecnológico y cultural de la sociedad. La comunicación por internet cada día más abarca los dominios de la actividad humana y aunque las formas pueden ser distintas entre los diferentes grupos sociales, es claro que estas tecnologías se han convertido en parte integrante de las actividades de la vida cotidiana.

Cuando la tecnología falla, los usuarios suelen tener un sentimiento de pérdida como resultado de la relación de dependencia que han establecido con la tecnología (Ling, 2004 en Castells, Fernández, Linchuan y Sey:2007:128). Si el aparato de comunicación se pierde o daña, el propietario queda incapacitado para comunicarse y aislado de su red social.

> *"Yo no usaba nada de computadoras hace algunos años y cuando regresé a trabajar tuve que ir aprendiendo de todo, desde prender la máquina hasta imprimir documentos. Ahora, me he vuelto una adicta. Vivo pegada a la computadora. Es más, así trabajo con mi gente, a través de chat es más rápido y te evitas caminar, y perder el tiempo". Informante mujer, 48 años.*

No es posible controlar el desarrollo de la tecnología, como bien se ha dicho llegó para quedarse y así lo consideran los adultos. La fascinación que ofrece su uso también puede convertirse en temor cuando las formas cotidianas de ser y hacer empiezan a cambiar.

> *"Mi hijo sólo se la pasa en el chat, es una pérdida de tiempo y no quiere estudiar. Si no hubiera esas cosas a lo mejor no perdería tanto tiempo…. Dicen que son cosas buenas y tiene que ser porque están en todos lados, que hasta gente puedes conocer, pero lo que no me gusta es que dejen de hacer cosas valiosas por estar ahí pegado nada más, no debe ser bueno estar frente a una pantalla todo el día". Informante mujer, 60 años*

Cada persona decide la forma en que utiliza su tiempo y su propio juicio para determinar lo benéfico de la tecnología según sus intereses y formas de pensar.

> *"Al principio lo usé en el trabajo, ahora que me jubilé ya hago todo ahí, hasta mi lista del mercado y es muy práctico. Fue como algo innovador, después te acostumbras y lo haces parte de tu vida" Informante mujer, 56 años.*

Usar tecnología es un acto individual y cada persona incorpora los fines y acciones adecuadas a lo que necesita. Entre más conocen los adultos la tecnología, más rápido desaparecen los temores de su uso y la percepción negativa va cambiando, hasta encontrarle sentido.

> *"Yo digo que no pasa nada si la tecnología desaparece, pero por ejemplo yo ya me acostumbré a leer el periódico en internet, y a buscar información rápido. Mi trabajo lo puedo hacer sin problemas sin la computadora, pero me tardaría más. Definitivamente ya cambié muchas cosas que hacía antes desde que las computadoras e internet salieron". Informante varón, 63 años.*

> *"Al principio si me dio miedito usar estas cosas ahora, hasta a mis papás les enseño. El otro día entramos*

a google earth y le mostramos a mi mamá el pueblo donde nació, se puso a llorar, nunca más regresó y gracias a internet lo hizo de forma virtual. Creo que todo ha cambiado con la tecnología, y ya tenemos que acostumbrarnos a ella". Informante mujer, 49 años.

Las declaraciones de los adultos colocan con facilidad la relación entre la tecnología y el cambio de las actividades cotidianas, no sólo en lo que hacían antes de su llegada, sino las nuevas formas de relacionarse con el entorno y las demás personas. A diferencia de lo que ocurrió con otros medios como la televisión, internet se instaló rápidamente en todas las actividades, no sólo para diversión sino particularmente para la comunicación interpersonal y está obligando a todos a incluirse y adaptarse a su existencia. "Las tecnologías son más que un mundo de objetos de interés práctico de las personas; se trata también de una alusión a formas de cambio y organización social que desafían la subjetividad. La evolución de la tecnología tienen a naturalizarse, a verse como algo dado que no se puede cambiar" PNDU, 2006:128).

Los relatos de los adultos muestran el acercamiento que ha tenido la tecnología, el cual va más allá del simple acceso. Se dio el auge de un modelo de transformación social en la cual internet se percibe como instrumentos penetrantes de comunicación que condiciona las prácticas sociales. La gente lo adopta, adapta y modifica las herramientas para que encaje en sus prácticas, según sus necesidades, valores, intereses y deseos. La gente es la que da forma a la tecnología de la comunicación, y no lo contrario. Aun así, la especificidad de la tecnología se refleja en el modo en que la gente las vive.

Cabe mencionar, que pese a que algunos adultos no estén de acuerdo con la aparición de las TIC, reconocen que en algún momento pueden apoyar las actividades laborales y sociales. Los adultos mayores de 60 años, contrario a lo que pudiera pensarse buscan integrarse al mundo tecnológico. Los jubilados, por ejemplo, tienen el tiempo y la curiosidad de conocer más sobre estas herramientas. Los casos de automarginación son cada vez menos gracias a las circunstancias que la sociedad marca, si bien es cierto que muchos de ellos no usan la tecnología cotidianamente, y mucho menos puede decirse que se han apropiado de ella, si reconocen las virtudes que pudieran tener y se mantienen al margen de lo que les ofrece. Los que no entran de lleno a usarlas se debe básicamente a qué no lo desean, a pesar de que cuentan con las posibilidades de infraestructura. No obstante, todos se irán involucrando gracias al mismo cambio tecnológico o por el simple esfuerzo por no quedarse fuera.

Por otro lado, un factor más que limita el acceso a la tecnología es el miedo que la gente tiene para usarlas y la falta de capacidad para operarlas.

"He visto como me hijo escribe en la computadora, es mas yo se la compré, pero a mí sí me da miedo hasta prenderla, que tal si la descompongo, luego hay que comprar otra". Informante mujer 60 años.

"…yo aprendí aquí solita, mis hijos medio me dijeron más o menos como y con eso lo uso. Lo que hago es chatear con mis vecinas, les ayude a abrir una cuenta y mientras estoy en la tienda chateo con ellas. Nos mandamos mensajes por el celular para saber a qué hora nos conectamos y así poder platicar. Mientras estoy en el chisme, hago la comida y ayudo a mi hijo en la tienda". Informante mujer, 49 años.

La mezcla entre oportunidades y miedos obliga a tener juicios más neutros sobre la tecnología, se crea una interpretación colectiva y el imaginario de las personas se va formando conforme avanza el tiempo, gracias a los comentarios y percepciones de otros, así como de la propia experiencia. Hasta ahora no se ve a la

tecnología como una panacea, ni tampoco como un problema, sino más bien como una herramienta de apoyo que es necesario conocer y aprender a operar. En las actividades cotidianas es posible observar las oportunidades que internet ofrece, pero también la incertidumbre que provoca cuando se usa por primera vez además, la concepción de que son herramientas para jóvenes también influye en la postura que los adultos pudieran tener.

Las nuevas relaciones sociales y la apropiación.

> *"Yo recuerdo que conocí a muchos amigos a través de cartas, existía una revista que se llama confidencias, era muy interesante, ahora, sólo con el chat y el correo electrónico es más rápido. Ya nadie escribe cartas, ya no se usa, yo creo que los carteros van a desaparecer porque ya no se necesitan" Informante mujer, 56 años.*

> *"Como ya me voy a jubilar tengo que saber de estas cosas y me metí a un curso, por fin hice mi correo electrónico. Entre a un chat a ver que me encontraba, dije que era rubia, de ojos verdes y con un cuerpazo, y platiqué con un muchacho. Mis hijos me regañaron que porque andaba haciendo eso, pero me divertí mucho, así conozco gente." Informante mujer, 61 años.*

La tecnología está presente y la posibilidad de cómo se usa depende de la decisión de cada sujeto. Mientras para algunos, internet sirve para desempeñar mejor su trabajo, otros han encontrado un espacio idóneo para encontrar y enriquecer sus relaciones sociales y a partir de esto, la forma en que se presenten los cambios en la vida social será consecuencia del uso personal que se le dé.

En los ámbitos de las relaciones sociales se da un mayor interés por el uso de la tecnología, y es ahí donde pudiera darse la apropiación, pues los usuarios muestran no sólo sus habilidades, sino sus sentimientos. La apropiación de una nueva tecnología se manifiesta en el conjunto de procesos socio-culturales que intervienen en el uso, socialización y significación de las TIC en diversos grupos. (Winocur, 2007). Asimismo, las potencialidades de las tecnologías de información, dependen fundamentalmente de la generación de ambientes de socialización informática que reconozcan las particularidades y diferencias socio-culturales a nivel local y regional.

Hasta ahora lo que se ha podido encontrar con la información recopilada es que los adultos están acercándose cada vez a usar las tecnologías y poco a poco por las mismas circunstancias y actividades de la sociedad las van haciendo parte de su vida cotidiana. Es muy claro que debemos esperar a que estas formas de uso se consoliden, que los contextos del hogar o el trabajo realicen su papel de incorporar a todos y pasar de una simple automatización a los avances importantes de apropiación. El modo en que los adultos se van apropiando de la tecnología contribuyen a la construcción de su propia cultura de uso de TIC, evidentemente es diferente a lo que sucede con otros grupos de edad debido a la forma en que experimentan su acercamiento y el modo en que deciden transformar sus formas de comunicación, trabajo y ocio.

Si bien es cierto que estos nuevos equipos no fueron creados pensando en los adultos, éstos han transformado sus usos a medida que se difunden sus propiedades. Internet se ha convertido en producto de consumo de masas gracias a las prácticas de comunicación entre millones de personas. Han pasado a ser una tecnología sofisticada y reservada a unos cuantos a un sistema de comunicación multimedia y portátil. Aunque los adultos están aprendiendo de ellas gracias a la difusión que existe entre los más jóvenes y la publicidad que

se da en otros medios como la televisión, se han ido creando prácticas sociales con base en la tecnología e internet ha penetrado en casi todas las actividades de la sociedad (Castells, et. 2007. Al. 378).

Mientras la tecnología permite a los individuos relacionarse libremente, se han mejorado las opciones y oportunidades de la sociabilidad personal. Estos diferentes medios permiten la combinación y recomposición de una variedad de prácticas sociales en contextos temporales y espaciales diversos. Se constituyen una serie de prácticas alrededor de los intereses, valores y prioridades de cada individuo en el desdibujamiento de la estructura social preexistentes pero también en la definición de nuevos canales y formas de comunicación. (Castells, et. Al, 2007: 385).

Reflexiones generales

Los adultos han encontrado en internet un instrumento de gran utilidad para gestionar su autonomía. Al mismo tiempo, la compleja organización de las actividades de la vida cotidiana requieren de flexibilidad y las diferentes posibilidades de comunicación resultan de gran ayuda. La tecnología tiene poderosos efectos sociales al generalizar y profundizar la lógica en red que define la experiencia humana de la actualidad.

Así también, parte de la dificultad para aprovechar mejor las tecnologías parece radicar en una cultura que se resiste al cambio. (PNDU, 2007:155). Sin embargo, el imaginario colectivo que se ha creado en torno a las tecnologías es que la mayoría debería estar conectado para estar al día, ya que todos en menor o mayor medida están dentro de esta nueva dinámica tecnológica. Existe una visión clara de que la tecnología está produciendo cambios en la sociedad, al grado que hasta los no usuarios las conocen y saben de sus posibilidades para mejorar diversas actividades y formas de comunicarse. La exclusión que pudiera existir de los ámbitos tecnológicos se debe básicamente al tema generacional y de actitud, que a la falta de posibilidades, pues en México existen espacios públicos que permiten el acercamiento a esta tecnología.

La marginación que los adultos tienen se da por las actitudes de ellos mismos, la inseguridad y la falta de sentido con las dos limitantes más comunes. El hecho de que los sujetos no sientan la confianza para operar las computadoras depende directamente de la actitud y del imaginario social en el que se encuentran inmersos. Otro factor que también influye es el capital cultural que los sujetos poseen, entre menos conozcan las opciones que se ofrecen es difícil que puedan asimilar las ventajas que pudiera tener para su vida cotidiana.

De igual forma, los medios de comunicación, influyen en el pensamiento colectivo para integrarse o no al mundo tecnológico. La información que circula principalmente en la televisión, en los programas y en la publicidad dan pie a que la gente conozca de la existencia de la tecnología y lo que se puede hacer con ellas. Los medios como la televisión o la radio ofrecen espacios para interactuar y opinar sobre su programación y temas de interés general, ya sea por internet o a través del teléfono celular y ello es una pauta para que la gente vaya conociendo más de las tecnologías. Hay que reconocer que este tipo de participación sólo es posible gracias a la existencia de las TIC.

"En ese sentido, parece que las TIC más que cambiarle la vida a la gente, sufren las consecuencias de los cambios que la gente realiza en sus usos previstos para volverlas compatibles con sus sistemas de referencias socio-culturales en el marco de la vida cotidiana" (Winocur, 2007).

Por las respuestas obtenidas, las personas adultas consideran a internet una alternativa para sus actividades,

pero, si es posible, no cambian las formas de trabajo. Encuentran un complemento importante para los requerimientos de sus labores y dado que hacen uso de las herramientas de forma eventual, se limitan aprender lo que realmente necesitan.

Los usuarios de la tecnología expresan con claridad su incorporación en el mundo de Internet como un recurso importante en los diversos aspectos de la vida. Son sujetos que utilizan Internet para casi todas sus actividades tanto laborales como personales, usan el correo electrónico y navegan en la red y cuentan, en su mayoría con equipo propio.

Entres los adultos usuarios se observa un grado importante de dependencia de la tecnología, ya que han encontrado en ella una alternativa para mejorar las actividades de su vida cotidiana, tanto laboral como personal. Adquirieron capacidades que internalizaron y después las hicieron rutina. Puede decirse que lograron ya un nivel de apropiación considerable. "Las posibilidades que brindan las herramientas de conectividad representan diversos medios en virtud de los cuales los usuarios pueden construir sus vínculos sociales y su subjetividad con estricto arreglo a sus aspiraciones personales". (PNDU, 2007, 103).

La primera condición para la correcta apropiación y utilización de la tecnología consiste obviamente, en que todos puedan acceder a ellas y usarlas si lo necesitan o lo desean. También, que los sujetos logren reflexionar sobre el por qué usar las TIC fuera de los temores y prejuicios que pudieran existir. En este sentido, cada una de las afirmaciones de los adultos entrevistados dan cuenta de la penetración constante que existe de la tecnologías en su vida cotidiana, y cómo a partir de ellas han tenido que vivir y comunicarse de manera diferente.

Es claro que los aspectos sociales y culturales también influyen en la forma en que se produce la apropiación, además de que dejan ver que la tecnología no determina el comportamiento de la sociedad, sino más bien son las personas a través de lo que hacen, cómo se organizan y actúan que estructuran nuevas formas de comunicación, en función de sus intereses, hábitos y perspectivas. Asimismo, las características de la tecnología dan pie a un proceso de transformación en las formas de comunicarse de acuerdo con el nivel de capacidad que los adultos tienen para adoptarla y usarla.

En la medida que los individuos tienen mayores capacidades reflexivas de la tecnología y orientan sus acciones hacia una mayor realización de sus proyectos individuales, puede decirse que han logrado la apropiación de internet.

Internet es objeto de aspiración y temor cotidiano que forma parte de los imaginarios y valores que dan sentido a la acción personal y colectiva. Las tecnologías adquieren un significado que les da la sociedad, las condiciones para adoptarlas y el significado de sus efectos dependerán de los aspectos simbólicos y discursivos asociados al imaginario colectivo (PNDU, 2006:61).

Los adultos se sienten dentro del mundo de la tecnología e incluso la perciben más allá de una simple herramienta tecnológica. Es posible encontrar un fuerte componente generacional con posturas diversas frente a las tecnologías; los adultos de nuestro estudio creen firmemente en la tecnología y en las oportunidades que éstas les ofrecen, hasta los menos capacitados se encuentran igual de interesados en ellas. Las experiencias presentadas permiten dar cuenta de la existencia de apropiación de la tecnología, inicialmente como una manera de otorgar valor a las herramientas. Internet forma parte de un proceso de adaptación y sustitución de herramientas para este grupo de personas, básicamente por los contextos en los

que vivían y como parte de la socialización misma con otros individuos de edades e intereses distintos.

El propósito de este primer acercamiento fue mostrar algunas experiencias de los adultos como usuarios de Internet. La justificación inicial se basa en que las personas adultas son usuarios potenciales de estas tecnologías, ya sea por gusto, obligación o por la necesidad de adaptarse a su entorno y uno de los factores inicialmente encontrados a favor de la tecnología por parte de este grupo de personas fue el mejoramiento de la calidad de vida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acevedo, Ruiz Manuel (2006). Integración de las tecnologías de información y comunicación: Asignatura pendiente de la cooperación. Capítulo 1. El papel de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en los procesos de desarrollo humano Coordinadora de ONG para el desarrollo. España. 91 pp.

Castells, Manuel (2001). *Internet y la sociedad red. No es simplemente tecnología.* Lección inaugural del programa de doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento dictada en la Universidad Oberta de Catalunya.

Castells, Manuel (2001a). *La galaxia Internet*, Editorial Arete, Madrid.

Castells, M., Fernández-Ardévol, M., Linchuan, J. y Sey, A. (2007). *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Ed. Ariel- Fundación telefónica. 472 pp.

Colina, Carlos (2000). *Comunicación: sistemas tecnológicos en la flecha del tiempo*. Revista Diálogos de la Comunicación No. 57.FELAFACS. 96-109 pp.

De la Paz, Dalia (2009). *Los abuelos ya están en la onda tecnológica.* Diario El Universal. Sección Kiosko-Sociedad. 6 de octubre del 2009. En línea: http://www.eluniversal.com.mx/sociedad/4211.html

Flichy, Patrice (2003). *Lo imaginario de Internet.* Tecnos, Madrid.

Foro de discusión. *Si eres mayor de 50, ¿cómo te han impactado los cambios tecnológicos?*. El Universal. Disponible en: http://foros.eluniversal.com.mx/w_detalle.html?tdi=187&rtdi=8652. Consulta: 20 de octubre del 2009.

García, F. y Bringué, X. (2003). *Una familia en el ciberespacio: experiencias formativas de uso de internet para padres y madres*. Universidad de Navarra. Ponencia presentada en el Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación: Luces en el laberinto Audiovisual.

García, Urea Silvia (2007). La Democratización Tecnológica y la Inclusión Social: Un análisis desde lo sociocultural. Analítica Premiun. Publicación On Line. Venezuela. Febrero 2007. Disisponible en: ttp://www.analitica.com/premium/ediciones2007/4876591.asp Consulta: 4 de octubre del 2007

PNUD (2006). *Desarrollo Humano en Chile: las nuevas tecnologías ¿un salto al futuro?* Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Chile. 275 pp.

Sagastegui, R. Diana (2005). Apropiación social de la tecnología: un enfoque sociocultural del conocimiento. Universidad de Guadalajara. 18 pp. En Razón y palabra.Disponible en: http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n49/bienal/Mesa%2012/

DianaSagastegui.pdf. Consulta. 22 de enero del 2007

Silverstone, Roger (2004) *¿Por qué estudiar los medios?,* Amorrortu Editores, Buenos Aires.

Trejo, R. (2007). *Internet como expresión y extensión del espacio público*, Granja de la Concepción, Documento proporcionado por el autor.

Winocur, Rosalía (2007). *Nuevas tecnologías y usuarios. La apropiación de las TIC en la vida cotidiana.* Revista Telos. No. 73. Octubre/Diciembre 2007.

Winocur, Rosalía (2004). *La computadora e Internet como estrategia de inclusión social en el imaginario de los pobres*. Portal educativo educ.ar. 27 septiembre del 2004. Disponible en: portal.educ.ar/debates/educacionytic/img/ Rosalia_ Winocur.doc

Ma. Del Carmen Fernández Chapou*

La prensa de papel frente a los nuevos medios. Revisión crítica del futuro del periodismo

Resumen

En este ensayo se hace una revisión crítica de distintas consideraciones en torno a la crisis del periodismo impreso ante el auge de Internet y las nuevas tecnologías de información. Se hace un repaso de algunos nuevos retos del siglo XXI en torno a la prensa: su calidad, su carácter de industria y negocio, su poder como eje de las sociedades democráticas y su responsabilidad como profesión de servicio público. Asimismo, se contrastan las visiones polarizadas en torno al futuro del periodismo en papel: su desaparición frente a su transición a nuevas formas más poderosas y efectivas. Esto con el fin de acercarnos a una forma equilibrada de entender la transición del periodismo tradicional hacia los nuevos medios.

Palabras clave: prensa, internet, periodismo digital, nuevos medios

Introducción

El periodismo escrito, se dice, está en crisis. Por un lado, se afirma que va a desaparecer el diario en papel; incluso, que el periodista profesional es una "especie en extinción". Los más optimistas afirman que el poder ha sido arrebatado de los medios para tenerlo en sus manos, al fin, el ciudadano. Ante las nuevas tecnologías e Internet, en torno al periodismo se ha reunido un buen puñado de apocalípticos y visionarios que sustentan sus sendas posturas, si bien con base en estudios, a veces también en la prueba y el error.

Estamos en un punto, pues, en el que pareciera que nadie sabe a ciencia cierta hacia dónde dirigirse, si bien no faltan los experimentos: inundar la red de nuevos blogs y publicaciones en línea, convertir a los reporteros en "multiusos postmodernos", invitar a los lectores a las redacciones. No contamos aún con modelos ni tendencias ni fórmulas claras para "salvar" al periodismo del naufragio, ni tampoco para terminar de sepultarlo en la arena de los nuevos tiempos. Quizá, como ha dicho recientemente el periodista español Juan Luis Cebrián, "los medios enfrentan un cambio de modelo, no una crisis" (Cebrián, J.L: 2009).

Ya en el XVIII Encuentro sobre la edición, celebrado en Santander en 2002, periodistas y editores alertaban de una actual crisis de la lectura de periódicos: sólo 35,9 por ciento de la población compra diarios, casi la misma cifra que en 1997. La audiencia total de la prensa diaria es de aproximadamente

* Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Directora de la licenciatura en Periodismo y Medios de Información del Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México. Profesora del Departamento de Estudios Culturales.

12,5 millones de personas, con una difusión real de poco más de 4 millones de ejemplares diarios en el conjunto del sector, muy por debajo de otros países como Japón o Alemania. Asimismo, hay un progresivo envejecimiento de la población lectora, que ha pasado de los 41,2 años a los 41,9. El lector medio es el varón de clase media que vive en una ciudad de más de 50 mil habitantes, con nivel medio de estudios. La audiencia entre la población femenina se ha estancado y hay un retroceso entre los jóvenes entre 14 y 25 años que leen el periódico. (Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE): 2003).

Ante esta situación, los editores proponían una prensa más esmerada en cuanto a calidad, credibilidad y contenidos: "Estamos haciendo periódicos clónicos, todos damos las mismas noticias que, además, los medios audiovisuales e internet dieron ya 24 horas antes", se lamentaba Lluís Bassets, director adjunto de *El País* (2002:31).

Así, la apuesta por una labor periodística centrada en "la investigación de temas propios, una valoración propia y honesta de la actualidad y que predomine la veracidad y la calidad de la lectura"; en suma, "una prensa de lectura" se erige aún como una de las asignaturas pendientes del periodismo de hoy y, sobre todo, una de las metas más apremiantes para dotar a la profesión de las herramientas que más que nunca le hacen falta.

El grito de auxilio lleva a recuperar formas estilísticas del periodismo tradicionales: "La literaturalización del periodismo es positiva y el columnismo un factor importante para atraer lectores", ha sentenciado Bassets (2002:31). Y es que en España, como ha dado cuenta de ello el catalán Albert Chillón (1999:358),

> ni la industria ni el mercado periodístico suelen promover la realización de reportajes elaborados: los periódicos tienden a publicar piezas cortas, a menudo simples informaciones alargadas, y en el mejor de los casos los reporteros no disponen de tiempo ni de medios suficientes para investigar. Tampoco hay en nuestro país revistas y magazines de calidad, salvo contadísimas excepciones: la mayor parte de las publicaciones no diarias sobreviven reduciendo el presente a política institucional y a economía de la empresa, o bien, de manera muy acusada en los últimos años, a simple cotilleo disfrazado de información relevante sobre la feria de las vanidades de los ricos y famosos.

De modo que, en el contexto actual, un nuevo periodismo se hace necesario.

Acercamiento contextual

Vivimos en la era de la información y, no obstante los grandes avances de los medios y las nuevas tecnologías, así como las cada vez mayores posibilidades de comunicarnos de manera global, el contexto contemporáneo parece no ser favorable para el periodismo escrito. En el panorama actual se observa un retroceso en la libertad de expresión y el pluralismo informativo, además de una supeditación cada vez más marcada entre los medios y el poder.

La tendencia en la información ha apuntado cada vez con mayor ahínco hacia la comercialización, la banalización y la homogenización. Los márgenes de acción de la prensa hoy en día son marcados por

los propios empresarios de los medios quienes, a su vez, están supeditados a los intereses del poder económico y político. Conceptos como independencia, libre expresión, profundización, análisis, denuncia, originalidad o creatividad pierden cada vez mayor sentido y relevancia en un sistema de información regido por las leyes del mercado, la publicidad y la inmediatez de los medios electrónicos e internet. En este contexto, el periodismo analítico y de calidad parece no tener cabida cuando se piensa en las grandes masas.

Incluso la fórmula periodística empresarial basada en la publicidad y la competencia tampoco ha dado resultado. Los datos arrojados en los últimos tiempos apuntan más bien hacia una crisis de lectura y de credibilidad en el periodismo escrito que lo sitúa en una posición en la que necesita reencontrarse a sí mismo; armarse de nuevas herramientas para poder subsistir. Como ha apuntado Ben H. Bagdikian, "un periódico puede ser sano financieramente si consigue muchos anuncios, pero perderá lectores si no tiene nada que decir" (1975:76).

El periodista Gabriel García Márquez (Abello, J. 2008:19) ha dicho que "el mundo se le está escapando al periodismo". Jaime Abello así lo resume:

> Gabo nos manifestaba su preocupación por la extraordinaria marea de cambios que afectan al periodismo en estos tiempos, mientras que medios y periodistas parecen andar a la saga. La realidad está desbordando la capacidad de los medios informativos, cada día se hace más difícil la pretensión de los periódicos o de los noticieros de televisión de recopilar toda la información relevante y ofrecer a su público un concepto redondo sobre el día del mundo que se vive. Es como si el periodismo quisiera explicar y contar con fórmulas caducas un mundo nuevo que está emergiendo y que tiene como partera la dinámica de la globalización. (…) Internet está trastornando las reglas de juego de la práctica y la economía del periodismo, minando al menos, hasta ahora, las bases económicas del periodismo de calidad que todavía es orgullo de los grandes periódicos. (2008:19)

Todas las revoluciones tecnológicas han estimulado, de algún modo, una renovación de la creatividad de quienes tratan de evadir la censura. Las nuevas tecnologías, como señala el *Informe mundial sobre la comunicación y la información* (2000:84), han producido una profusión y diversificación sin precedentes de los medios de comunicación, y constituyen en muchos casos un instrumento de libertad y una herramienta útil en la apertura de nuevos campos comunicacionales e informativos. No obstante, han dado lugar también a diversas paradojas, como las referentes a la competencia despiadada entre los medios más poderosos, la cual genera el riesgo de que los más débiles sean aplastados o marginados.

Asimismo, las nuevas tecnologías como Internet ejercen un efecto no siempre positivo en la libertad de expresión. "Los nuevos medios ofrecen también nuevos métodos de manipulación de la información, lo que constituye otra cara de la censura" (2000:85).

Hoy en día, las compañías poderosas de medios de comunicación, e incluso los líderes empresariales, son también los principales dueños de los nuevos medios, lo que ha ocasionado que se pierda la oportunidad de que las nuevas tecnologías introduzcan personalidades e ideas frescas al sector.

Porque la otra cara más de la censura, no siempre a todas luces vista, es el control comercial de los medios de comunicación por parte de monopolios empresariales y la fuerte competencia que sostienen entre sí. En este contexto de globalización, estamos bajo el dominio de una información mundial homologada y uniformada, dirigida por los grandes grupos mediáticos, que impide en realidad que el pluralismo prospere.

Como explica Bagdikian, ningún grupo, ya sea pequeño o representado por las grandes compañías, que en general presentan una gran uniformidad en cuanto a puntos de vista, "puede ser lo suficientemente abierto y flexible como para reflejar en toda su plenitud los valores y deseos de toda la sociedad" (1975:238). Se hace necesario, por tanto, la distribución equitativa del poder; que los gigantes renuncien a su gigantismo, lo cual hasta ahora no ha sido posible.

A medida que los cambios se aceleran se vuelve urgente la necesidad de contar con fuentes de información pública más amplias y diversificadas; pero lo que ocurre ahora mismo es justamente lo contrario. Según el *Informe mundial sobre la comunicación y la información*, en los últimos años los grupos mediáticos poderosos se han vuelto aún más poderosos; asimismo, el número de grupos, con sus diferentes niveles de influencia, está decreciendo año tras año como resultado de fusiones, absorciones y alianzas. En múltiples casos, un mismo grupo controla distintos medios, desde televisión, prensa, revistas y cine, hasta libros, entretenimiento, parques de diversión y líneas de productos varios. Esta tendencia se ha reproducido en las empresas de servicios digitales, como Google. De igual forma, se ha llevado a cabo la integración de todas las actividades empresariales implicadas, desde la producción hasta la distribución, en un mismo monopolio, lo que limita las posibilidades de pluralismo y desacuerdo.

Según los norteamericanos Peter Phillips e Ivan Harslof, "la concentración en los medios estadounidenses representa una grave amenaza para la libertad de expresión". El propio Ted Turner, el fundador de la CNN, ha reconocido que la concentración de los medios "es una cosa temible: dos de las cuatro redes más importantes son propiedad de empresas que tienen grandes inversiones en energía nuclear y en armas nucleares: G. E. y Westing-house. ¿Cómo van a ofrecer información imparcial sobre temas nucleares?" (D. Hazen y Winokur. 1997: 8)

La censura está atravesando también por un periodo de privatización. E incluso esta misma monopolización contribuye al deterioro en la calidad de las informaciones. Por una parte, la concentración consagra una convergencia de contenidos y tecnologías, de modo que el mismo contenido alimenta simultáneamente a la prensa escrita, el sector audiovisual e Internet. Por otra parte, se da el rezago del periodismo de investigación e incluso político en aras de la cobertura de noticias chatarra al estilo de la industria del espectáculo.

Y es que han sido las leyes del mercado las que han determinando los contenidos informativos, e Internet no ha escapado a ello. Al mismo tiempo, el quehacer del medio dominante arrastra a los demás medios: cambia la idea de actualidad, las noticias se eligen en función de su capital visual, el lenguaje periodístico se devalúa y la veracidad pasa a ser lo que todos los medios dicen que es verdad aunque no sea cierto.

Sostiene el *Estado de la prensa*:

> Las influencias de unos medios sobre otros han dado lugar a un proceso de transformación ininterrumpida, cuyo fin último es, con frecuencia, la conquista de mayores audiencias. La información se sopesa, se transforma, se interpreta y hasta se maquilla para ser consumida por el lector-espectador (*El País*. 7 de diciembre de 2003: 32).

Las características de los mensajes emitidos por la comunicación mercantil de masas, teniendo siempre en cuenta las excepciones pertinentes, se resumen en ser superficiales y anodinos, emotivos en grado sumo, pues persiguen provocar el sentimentalismo con fines comerciales; carecer de imaginación e ingenio; girar en torno al sexo y el espectáculo; favorecer el narcisismo y el afán de notoriedad de cualquiera; contener frases reiterativas y absurdas y remitirse a situaciones inverosímiles, así como llevar consigo la proyección, más o menos explícita de arquetipos culturales y mercantiles (Reig, R. 2002:35).

Según alertan los investigadores estadounidenses Bill Kovach y Tom Rosentiel, en su estudio *Elementos de periodismo* (2007), la situación cualitativa de la prensa hoy en día se centra en la autocensura y el amarillismo, como consecuencia del efecto contagio de los medios audiovisuales con los que compiten, así como el número creciente de periodistas que recibe gratificaciones en función de los beneficios de sus compañías y no de la calidad del trabajo. A su vez, crece la desconfianza del ciudadano en la profesión periodística.

La lucha por la supervivencia no había sido nunca tan dura. La feroz competencia de la televisión, la radio e Internet a la que se enfrenta la prensa escrita, la ha llevado incluso a sufrir "una verdadera crisis de identidad". Cada vez se hace más difícil el equilibrio entre negocio e información y a veces la dependencia de la prensa a la publicidad la ha llevado a aquélla a tambalearse.

En su misión primordial de servir a los anunciantes en lugar de a los lectores, la tendencia en el contenido de los periódicos se dirige cada vez más a los comentarios intrascendentes o material de relleno, lo que se ha visto reflejado, según ha registrado Bagdikian, en el descenso de la circulación: "ninguna de las terapias institucionales en contra del aburrimiento del lector se ha ocupado del enorme incremento de material de contenido frívolo y mínimo interés para los lectores, aunque máximo para los anunciantes" (1975:212).

Abunda el norteamericano:

> A primera vista, el periódico norteamericano moderno parece ser producto de editores irracionales. Enfrentados al tremendo competidor que es la televisión, le han concedido la mayor importancia al relleno o al contenido de esparcimiento ligero, que la televisión puede comunicar más vívida y eficazmente que cualquier otro medio de difusión impreso. En cambio, han restado importancia a las noticias locales y pormenorizadas, que es lo que desean los lectores y que para la televisión no es tan fácil ofrecer. Además, este hincapié en el material intrascendente tiene como telón de fondo una historia, la cual demuestra que los periódicos que por propia iniciativa se han establecido como portadores de noticias serias obtienen rendimientos estables y a largo plazo, mientras que los cementerios del oficio están

> rebosantes de periódicos que trataron de buscar lectores con juegos, material de relleno, gacetillas y noticias breves (1975: 214).

Pero además, con el cambio de forma de propiedad, se modifica también la estrategia de operación y la economía de los periódicos, de tal forma que son sometidos a toda clase de presiones para que rindan beneficios máximos. Eso pone en peligro la estabilidad del medio. Según el *Estado de la prensa*, "la crisis de la publicidad, iniciada en 2000 ha dado un golpe brutal a los diarios, ya de por sí de difusión minoritaria en muchos países" (*El país*. 7 de diciembre de 2003: 32). Y viceversa. A decir del *Informe mundial*, "el impacto de las recientes crisis financieras ha sido tal que los grandes economistas están culpando en alguna medida a la censura, el secretismo de los gobiernos y a la manipulación, por no hablar de la euforia conformista de cierta clase de periodismo" (2000:85).

La carrera por ser el primero en presentar las últimas noticias ha generado una nueva forma de periodismo centrada en lo inmediato, y esta tendencia se afirma en detrimento de un periodismo analítico en declive, sin contar con que la saturación de noticias que genera este sistema informativo produce desinformación.

La vertiginosidad de las noticias disuade la reflexión, la investigación y el análisis que exigen tiempo que las redacciones no pueden disponer. El resultado es con frecuencia un periodismo disociado de la historia y su contexto, olvidando que el medio más lento puede ser el más eficaz.

"El número de reportajes originales ha disminuido sensiblemente. Los editores de noticias están también reticentes para enviar a sus propios periodistas, fotógrafos y cámaras a cubrir un suceso y prefieren en cambio reescribir los despachos de las agencias de prensa y aprovisionarse de imágenes de las grandes agencias de noticias para televisión". (2000:84).

De este modo, la exactitud de la información se ha visto mermada; la reducción de recursos destinados a la investigación y la verificación de los hechos conduce a menudo a difundir informaciones que no son del todo fiables. Asimismo, el periodista, obligado a manejar un instrumento que evoluciona a velocidad vertiginosa y a funcionar con extraordinaria celeridad, se arriesga a descuidar su código ético. Víctimas de ello han sido tres de los más importantes diarios a nivel internacional: *The New York Times*, *Le Monde* y la BBC, quienes han perdido credibilidad desde el 2003.

Algunos datos en torno a la falta de credibilidad de los medios

A la creciente pérdida de credibilidad de los medios han contribuido escándalos en los que algunos de los diarios más importantes a nivel mundial se han visto involucrados. Los más sonados son el caso del reportero del *New York Times* Jayson Blair, que tuvo que ser desmentido y despedido luego de un fraude informativo; el reportero argumentó que se encontraba bajo la fuerte presión del medio por conseguir la mayor inmediatez y competitividad. El otro es el de la BBC, implicada en el *caso Kelly*, el científico que se suicidó después de haber hecho ciertas confidencias a sus reporteros acerca de la no existencia de armas nucleares en Irak; un caso muy polémico desde el punto de vista ético.

> Dice Jaime Abello:
> Un efecto de Internet es que ha hecho a los lectores cada vez más desconfiados; con

> todas las posibilidades de acceso directo a los más diversos flujos de información que permiten comprar versiones, los públicos se hacen cada vez más exigentes y más intolerantes ante la sospecha de parcialidad o de falla humana tan frecuentes en un oficio esencialmente falible. Por poner sólo un ejemplo, un verdadero caso de laboratorio es el de Le Monde, que de alguna manera vio minado ese pactote confianza con el público. Siendo una institución francesa de buena reputación a escala mundial, se vio perjudicada por la publicación de un libro que cuestionaba su arrogancia y supuestas faltas de ética y que generó una serie de ataques posteriores a su credibilidad. Hubo proceso de difamación, las ventas del periódico impreso bajaron, se generaron cambios dentro de la infraestructura; en cambio, Le Monde Interactif es una de las operaciones de Internet más exitosas del mundo (2008:20).

Si bien "el periodismo en tiempo real está vendiendo cada vez más suscripciones y publicidad" y quizá "está contribuyendo a salvar esa empresa tradicional de periódicos (Abello, J. 2008:20), la rapidez, la saturación, la privatización y la masificación son factores que afectan también la práctica de los periodistas, al menos, en cuanto a audacia, independencia y capacidad crítica. Hoy en día son muy pocos los periodistas cuya función se centra en señalar las injusticias fundamentales del propio sistema. Y la ética se redefine en el cruce de intereses públicos y privados a los que está supeditada.

Un caso mexicano de años recientes lo ilustra:
El jueves 28 de agosto de 2008 salió publicada en el diario *El Universal* una inusual editorial en la que el periódico se disculpaba con la familia del empresario Nelson Vargas por la información imprecisa que ha difundido en torno al caso del secuestro de Silvia, la hija del ex presidente de la Conade. El secuestro había permanecido oculto a la luz pública durante 11 meses hasta que la madre de la joven de 18 años inició hace una campaña para recuperar a su hija secuestrada, de la que dio cuenta el "gran diario de México". La información, como es de esperar en estos casos, causó tal indignación que suscitó las reacciones del presidente del Gobierno del DF Marcelo Ebrard y del cardenal Norberto Rivera Carrera. No obstante, tres días después de que el caso ocupara un lugar primordial en la agenda de los medios, la familia Vargas Escalera se lamentó del mal manejo que habían hecho éstos de los datos. "Lamentablemente en los últimos días se ha dado a conocer información errónea e imprecisa", dijo Silvia Escalera, por lo que solicitó a las autoridades y a los medios que sean responsables al manejar información, pues se habían dado a conocer datos que debían permanecer en absoluta confidencialidad.

Los medios, si no son responsables con la información que manejan, pueden entorpecer la justicia, en lugar de facilitarla, como debiera ser. Al menos, en ese caso, *El Universal* se disculpó: "La cobertura periodística de secuestros y las negociaciones que incluyen siempre es una de las más complicadas, tanto por la emotividad que incorpora corno por la posibilidad de caer en imprecisiones. Y ese es el caso: nos equivocamos al publicar el martes un reporte sobre las negociaciones para e! rescate de Silvia Vargas Escalera y hoy, públicamente, presentamos disculpas a su familia". Y justificaba: "Nuestros sistemas de recolección y verificación de información fallaron el lunes" (*El Universal*. agosto 28:2008).

Otro caso a ejemplificar: El lunes 25 de agosto de 2008 salió publicada por unos minutos una falsa

nota en torno al fallecimiento del líder perredista Andrés Manuel López Obrador, en el portal del periódico *Milenio*: "Fractura en el PRD tras fallecimiento de AMLO: Acosta Naranjo", y continuaba: "El dirigente de la corriente perredista Nueva Izquierda llamó a una lucha contra la extrema derecha yunquista tras el asesinato de AMLO". La información se atribuía a Notimex, quien se deslindó de haber difundido tal falsedad, aunque la entrevista al secretario general del PRD sí tuvo lugar. Este caso nos alerta de la vulnerabilidad de los ponderados sitios de Internet y de la ausencia de reacción ante este tipo de situaciones que reflejan intolerancia y falta de respeto.

Así, l a búsqueda de exactitud en la información se ha descuidado; la reducción de recursos destinados a la investigación y la verificación de los datos ha conducido a difundir informaciones que no son fiables. Además de que el periodista, obligado a manejar un instrumento que evoluciona a velocidad vertiginosa y a funcionar con extraordinaria celeridad, cae en la tentación de descuidar su código ético.

Así, se ha dado un desplazamiento del concepto original de la deontología periodística de la esfera pública a la privada, lo que por demás tiene repercusiones en el ámbito de las relaciones entre democracia y medios de comunicación. Si la ética de la comunicación descansaba sobre el principio de que "la información concebida como bien social concierne a toda la sociedad, a la que corresponde establecer normas morales que rijan la responsabilidad de los medios de comunicación colectiva" (Fraerman. A. 1998:93), ahora los estamentos éticos serán respetados mientras no representen una amenaza al poder de las compañías propietarias de los medios de difusión.

En realidad, en la carrera por las ganancias a corto plazo, los periódicos no difieren de otras grandes compañías de giro distinto. Sin embargo, como subraya Bagdikian, "los periódicos representan una institución que, a diferencia de las fundiciones de acero y las fábricas de automóviles, sí afecta a las raíces de la democracia" (1975:215).

La crisis actual del periodismo de investigación es un indicador –apunta de *Informe mundial*—"de la voluntad de no alterar un *consenso cómodo* y de reducir al mínimo los costes. Sin embargo, este tipo de periodismo es la base de toda misión de servicio público y del contrapoder de los medios en un sistema democrático" (2000:85).

A las crisis de credibilidad, contenidos e independencia se suma en nuestro contexto una crisis institucional. "¿Pueden las sociedades –se pregunta el *Estado de la prensa*—, sean democráticas o no, prescindir de los medios de comunicación serios? ¿Se puede prescindir de los medios independientes y poderosos cuando nos enfrentamos a potencias todo poderosas?" Responde: "La prensa quiere mantener una cierta idea de democracia y de la libertad en un mundo tecnológico y económico enteramente renovado" (*El País*. 2003, diciembre 13: 32).

Lo cierto es que la prensa aún se enfrenta, además de a los desafíos de orden ético y económico, a una asignatura pendiente como institución democrática, representada por ese "cuarto poder", a menudo incontestado y no sometido a ningún tribunal. Al respecto, Bagdikian concluye:

> El producto de los medios de difusión de noticias, cuyo contenido no está proyectado ante todo para servirle al lector sino para complacer a un tercero, ha

> empezado a perder su vigor como institución. Cuando las noticias se proyectan para excluir a la tercera parte o a la mitad de la población, esto significa que se ha sacrificado gran parte de su reputación de mecanismo democrático. Y si lo que entrega son descripciones de acontecimientos desconectados del mundo real, esto significa que los medios de difusión de noticias han empezado a desvanecerse como fuerza importante, en cualquier sociedad (1975:220)

Los medios de comunicación están convirtiéndose en los primeros poderes de influencia pública, al punto de que para algunos estudiosos nos dirigimos hacia la *mediacracia* o *telecracia* (Sartori, Ramonet, e.g.) que podría sustituir a la democracia; pero existe una complicidad con los poderes políticos al grado de que los medios de comunicación se convierten en los únicos poderes sin control democrático. De modo que lo que es inaplazable es el tratamiento jurídico y ético de los medios, e Internet representa un nuevo y fuerte reto en este sentido.

Los discursos hegemónicos sobre internet

El periodismo está en transición una vez más. Ya ha vivido otras entre el siglo XIX y el XX, con la profesionalización de los medios y su comercialización. "El siglo XXI despunta –apunta Jaime Abello-- con los periodistas empujados a convertirse en gestores de contenido en la era de Internet":

> Del ideal profesional del reportero que investiga o denuncia, o que se sumerge a una región o acontecimiento para contarlo luego en magníficos reportajes, estamos pasando a la propuesta del *media worker* que debe dominar las tecnologías y lenguaje multimedia, manejar bases de datos, hacer los talleres de periodismo asistido por computadora o informar cada vez más en tiempo real.
> Pero más allá del desafío de dominar las nuevas técnicas, observamos que el sentido mismo del oficio está cambiando y que todavía, como bien nos lo recuerda don José Salgar constantemente, no sabemos cómo será el periodismo del futuro (2008:20).

Si bien fuertes corrientes de pensamiento apuntan hacia el periodismo digital como el futuro del medio en el nuevo siglo, también hay otras que lo plantean como una reacción sobrestimada ante la novedad; incluso un mito.

En torno al oficio de informar se han manejado a lo largo de la historia al menos tres mitos: el de la objetividad, pues todo periodismo contiene .una carga ideológica, misma que se refleja, en la serie de decisiones valorativas que conducen su diario ejercicio; el del periodismo puro, pues no existe una forma única que podamos llamar profesional de ejercer el periodismo, cuando éste pende de la política; y el de la tecnología que, al incorporarse al periodismo para dar como resultado lo que se conoce como ciberperiodismo, lo ha dotado de un halo místico que lo sublima y encumbra como una de las más grandes utopías contemporáneas.

Sobre esto último se ocupan a cabalidad los investigadores catalanes Nuria Almiron y Josep Manuel Jarque, para quienes "los avances tecnológicos sólo tienen efectos verdaderamente generalizados y beneficiosos sobre la sociedad cuando dejan de mitificarse" (2008:1).

Así, en su reciente libro *El mito digital. Discursos hegemónicos sobre Internet y periodismo* deshilvanan las falsas creencias en torno a los avances tecnológicos y los desmitifican para dotarlos, quizás, de su justa dimensión.

Los mitos —entendidos éstos como narraciones que no implican pruebas, y en consecuencia se basan en creencias— ofrecen una explicación a cuestiones complejas, son también instrumentos de poder, y, por tanto, pueden llegar a ser peligrosos. Los autores así lo explican: "El mito es un tipo de discurso público con una estructura típica e iterativa, con diferentes funciones y utilidad de acuerdo a las necesidades, el poder o estatus de quienes lo emiten o reciben, y con significaciones sociales diferentes." (Almirón, N. y Jarque. 2008:7). Se trata de una visión obtusa de la realidad en la que se mira sólo una parte de ésta y no la totalidad.

> Se erige —dicen los académicos—en un discurso totalizador, en una ideología con vocación hegemónica y dominadora que dificulta y obstaculiza un contacto complejo con los procesos sociales de los que informa.
> Así, en lo relativo al periodismo, los discursos hegemónicos sobre su relación con las tecnologías digitales han hilvanado una narrativa mítica que mantiene poco contacto con la praxis que pretendidamente describen." (Almirón, N. y Jarque. 2008:13,14).

Según esta postura, basta recuperar la memoria histórica para caer en la cuenta de las reiteradas promesas universales que cada nueva tecnología ha traído consigo sin que se hicieran realidad. Las mismas esperanzas de cambio, de revolución social, política, económica y subjetiva
que se atribuyen hoy a la digitalización fueron atribuidas en su momento al ferrocarril, al telégrafo, la electricidad, el teléfono, la radio, la televisión, sin que, en realidad, hayan sido éstos causas autónomas de los cambios.

Parece que reiterar tal suerte de promesas sólo puede hacerse negando la historia. "Jamás ha existido nada parecido a una lógica interna de la tecnología; todo lo contrario la invención, el desarrollo y la aplicación de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información suelen estar influidos por el contexto económico, político y social", apuntan los autores. Y añaden: "El discurso digitalista genera falazmente las expectativas de cambio que los ciudadanos desean oír —más igualdad, más democratización, más seguridad, mejor educación... El mito digital se constituye así en la última versión del mito tecnológico-determinista y de sus diversas utopías." (Almirón, N. y Jarque. 2008:19). Incluso, al contrario de lo que se pudiera pensar, es ideológicamente conservador.

El estudio de los académicos catalanes resulta provocativo tanto para los que ven, ante la nueva realidad digital, la amenaza de una crisis del periodismo como negocio y como profesión, como la promesa de un oficio periodístico más solidario, más abierto y más democrático. Como reconocen los autores, todas las actitudes críticas han sido sistemáticamente acusadas de tecnófobas, mientras el discurso dominante de los últimos 30 años es regido por el mito de CiberPrometeo: Internet es el fuego que el Prometeo moderno entrega a los hombres de hoy para dotarlos del poder con el cual satisfacer sus ambiciones. Y el mito tiene profusos seguidores: tecnoutopistas, ciberpreofetas, ciberiluminados, gurús cósmicos; muy pocos se arriesgan a contradecirlos.

Aun así, entre los que se oponen a dar como hecho la muerte de los impresos está, por citar otro

ejemplo, la World Association of News Papers, que ha realizado foros en los que se analiza el futuro de los periódicos en papel como prometedor; defiende el poder de la prensa y emprende estrategias para impulsar su defensa y desarrollo en medio de la supuesta crisis. "We've done the search. You only have to turn the pages", es uno de sus slogan.

> Newspapers represent an industry that connects with 1.7 billion people of all ages, all creeds and all races each and every day. We produce strongly
> branded products of different shapes and sizes, of varying quality, of different political hues, and deliver those products in various guises. Global sales
> of paid-for newspapers are growing (up nearly 10 percent over the last five years), our $190 billion industry is expected to grow its advertising by 17
> percent over the next five-years, or at a faster rate than the preceding five years. Print is the world's largest advertising medium (with a 42 percent
> share), and advertising revenues in newspapers alone exceed the combined total of radio, outdoor, cinema, magazines and, yes, the internet. (www.wan-ifra.org)

Asimismo, Paul Starr advierte, en un amplio ensayo sobre el tema, que decir adiós a la prensa puede significar dar la bienvenida a una nueva era de corrupción. Ante el "rumor en torno a que los diarios impresos están en crisis y sólo unos pocos soportarán los desafíos que implica Internet", se cuestiona qué hay de cierto en ello y advierte que podría afectar a la vida democrática:

> Los medios informativos emergentes también parecen fragmentarse por intereses y filiaciones. Así como la prensa nacional de los países europeos se divide típicamente por líneas ideológicas, nuestros nacientes medios nacionales están adquiriendo perfiles ideológicos bien definidos. Conforme un gran número de las funciones tradicionales de los periódicos se escinda hacia sitios de Internet separados, una mayor parte de las noticias que leamos será obra de redes descentralizadas antes que de organizaciones individuales de gran escala. (*Letras libres*. 2009: 26)

Internet aún no es un medio totalmente expandido y democratizado, sobre todo en los países en vías de desarrollo. Una de las consecuencias de esto es que, si bien se cuenta con mayor acceso a una gama de publicaciones y debates más amplia que nunca, al mismo tiempo muchas personas sabrán menos sobre lo que sucede en el mundo. "La cobertura informativa no es todo lo que nos han dado los periódicos. Estos también han brindado al público un poderoso medio de ventaja sobre el Estado, y hoy esta ventaja está en riesgo" (Starr, P. 2009:26). Y cocluye el experto:

> Si tomamos en serio la noción de los periódicos como el cuarto poder, el fin de la era de los periódicos implica un cambio en el sistema político mismo. Los periódicos han ayudado a controlar las tendencias a la corrupción tanto en el gobierno como en los negocios. Si queremos evitar una nueva era de corrupción, habremos de reunir ese poder por otros medios. Nuestras nuevas tecnologías no nos despojan de nuestras viejas responsabilidades. (2009:26)

La World Association of News Papers ha afirmado la ironía que la manía digital ha traído consigo: en realidad Internet está contribuyendo también al crecimiento de la industria de los periódicos, con

nuevas formas y contenidos e información que se intercambia más rápido que nunca. Pero el reto de mantener los principios tradicionales de la profesión aún continúa.

Ser críticos ante el futuro del periodismo

Como ha afirmado Gideon Lichfield, "Internet ha provocado severos problemas en la actividad de los diarios: caída de las ventas, desgaste de la autoridad de los viejos periodistas, crisis del reportaje de investigación. Esto puede ser bueno o no; lo cierto es que nos obligará a ser inventivo y buscar nuevos modelos" (*Letras libres*. 2009:28).

Juan Luis Cebrián, fundador del periódico español *El País*, ha coincidido con esta misma idea. El director de uno de los diarios más importantes de habla hispana ha reconocido que no volvería a fundar nunca un periódico en papel, pero que eso no significa que se dedicara a otra cosa que no fuera el periodismo. Sus consideraciones en torno al futuro de esta apasionante profesión son interesantes por equilibradas, como podemos juzgar a continuación (http://knightcenter.utexas.edu/. 2008):

1. ¿Víctimas o victimarios? La disyuntiva entre comercio e información, entre independencia y poder, entre información y entretenimiento, no es nueva. "El Watergate es una desgracia para todos los periodistas occidentales, pues a partir de éste pareciera que uno no llega a ser buen periodista si no logra que caiga el poder. El periodismo como contrapoder no ha sido beneficioso para el ejercicio de la profesión, sobre todo cuando se atribuye a sí mismo la arrogancia y los excesos del poder."

2. Hagamos historia. "El periodismo de la era digital tiene que partir de una consideración del periodismo como lo ha sido siempre. Este oficio pertenece a la historia de las revoluciones industriales de principios del siglo XIX, y desde entonces forma parte de las instituciones democráticas; tiene un origen canalla y al mismo tiempo noble. Al mismo tiempo ha formado parte del entretenimiento, el ocio y el placer. Ante la revolución de las nuevas tecnologías, el cambio se acentúa, mas Internet no es de sustitución, sino de cambio. La tecnología sólo nos lleva a hacer las cosas diferentes".

3. Ni todo el conocimiento, ni todo el poder. "Es probable que todo el conocimiento esté en la red, pero no así la discriminación entre verdad y mentira. Estamos perdiendo capacidad de abstracción, y por lo tanto de conocimiento. Nuestro saber es un saber mentiroso, engañoso; estamos ante información comodina. En la realidad virtual lo importante no es la verdad sino lo que la gente cree que es verdad. Las mentiras que se cuentan en la web tienen más credibilidad que las verdades que se cuentan en papel. Pero si bien todo mundo tiene la información, no todo mundo tiene el poder. El poder está en el conocimiento, no en la información. Hay un terror ante la pérdida de prestigio de la autoridad; mientras que el mundo en que vivimos es jerarquizado; y en este sentido, la sociedad digital es paradójica."

4. Vale más lo local que lo global. "Se dice que la nueva sociedad digital es global, pero hay mucha gente que no se comporta deforma global. ¿Hasta qué punto todos somos globales? ¿Y convergentes? En la red todo vale para todo y para nada. Hay una falta de comprensión del comportamiento de los usuarios y de la plataforma. Hoy en día es una marca global, pero no sabemos cómo se utiliza, cómo se interpreta, ni para qué se usa. Los periódicos generan comunidades de lectores, una identidad bajo el brazo; la prensa digital u otras como la gratuita, no tienen que competir porque al dirigirse al mundo al final no se dirige a nadie."

5. Vender o contar. “La competencia en la red no es igual que en el kiosco. En la web vale más la demanda que la oferta. Por lo tanto, no estamos seguros de que el tráfico sea lo importante, sino los valores, la forma de ver las cosas, el rigor, la comprobación. ¿Queremos vender o contarle a la gente lo que le pasa a la gente? Deberíamos dejarnos de obsesionar en la cantidad y no descuidar la calidad de los contenidos. Lo importante es saber qué queremos contar y a quién se lo queremos contar.”

A final de cuentas, los periódicos son un reflejo de la sociedad en la que se hacen. No importa si desaparecen los diarios de papel, mientras no se esfume la información que nutre a la sociedad democrática.

En suma, en nuestros días, dadas las necesidades, retos y desafíos que el contexto actual demanda, cabría replantearse las posibilidades que ofrecen los viejos preceptos del periodismo: independencia, credibilidad, denuncia, investigación, estilo; recuperar las cualidades y virtudes del periodismo de calidad de antaño, que no ha perdido vigencia y actualidad aun con el paso de los años.

Así, en el campo de los retos se erigen dos grandes esferas: la que concierne a las propuestas que implican una acción pública y jurídica de control, de límites legales al poder empresarial, de modernización de las leyes antimonopolio y las políticas impositivas, adecuándolas a las realidades contemporáneas; un uso responsable de los nuevos medios entendiéndolos siempre como un bien público al servicio de la sociedad. Y la que concierne a los esfuerzos individuales de los propios hacedores del periodismo, quizá de los minoritarios, nuevos o alternativos medios. Como dice Bagdikian: “en la política, como en el arte, los conceptos y los valores nuevos suelen provenir de las tenues voces marginales”. El decir que las cosas son como son porque no hay otra salida, suele ser una gran falacia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abello, J. (2008) *El futuro del periodismo y el desarrollo profesional de los periodistas de América Latina*. Colombia: Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI)

Almirón, M y Jarque, J.M (2008). *El mito digital. Discursos hegemónicos sobre Internet y periodismo.* Barcelona: Anthropos.

Asociación de Editores de Diarios Españoles (2003). *Libro blanco de la prensa diaria*. Recuperado el 18 de mayo de 2009 de www.aede.es

Bagdikian, B. (1975) *El monopolio de los medios de comunicación*. México: FCE.

Bassets, L. (2002, julio 25) XVIII Encuentro sobre la edición. *El País*, 31

Cebrián, J.L. (2008) Entrevista. Recuperada el 22 de octubre de 2008 en http://knightcenter.utexas.edu/

El Universal (2008, agosto, 28) Editorial. Recuperada el 6 de septiembre de 2008 en www.eluniversal.com.mx

Estado de la Prensa (s/a) (2003, diciembre 7). *El país*, 32

Fraerman, A. (1998). *El gran desafío. El compromiso social y la ética del periodismo en la era global.* Madrid: Comunica.

Hazen D. y Winokur, J. (1997) *We the media*. New York: The New Press.

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003) *Los elementos del periodismo.* Madrid: El País / Aguilar.

Lichfield, G. (2009) El futuro del periodismo. *Letras libres*. 127, 28-35

Quirós, F. (1998). *Estructura internacional de la información: el poder mediático en la era de la información*. Madrid: Síntesis.

Ramonet, I (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.

Reig, R. (2002) *La comunicación en su contexto. Una visión crítica desde el periodismo.* Sevilla: Centro Andaluz del libro.

Reporteros sin Fronteras (2007). *Balance del estado de la prensa*. París: Despacho Américas.

Starr, P. (2009) Adiós a la era de los periódicos. *Letras libres*. 127, 18-26

UNESCO (2000) *Informe mundial sobre la comunicación y la información*. Madrid: UNESCO/ CINDOC

World Association of News Paper. (2009) *NP Tabloid / Good News*. Recuperados el 5 de enero de 2010 en www.wan-ifra.org

María Elena Meneses Rocha*

La industria del periodismo en la era digital.

Entrevista a Juan Luis Cebrián. Consejero de Grupo PRISA, exdirector y fundador de El País de España

Juan Luis Cebrián nació en Madrid, España, en 1944. Estudió Filosofía en la Universidad Complutense y se graduó por la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid en 1963. En ese mismo año, incursionó en el mundo periodístico como miembro fundador de la revista *Cuadernos para el diálogo* y de 1963 a 1975.Desde 1976 y hasta 1988 fungió como director-fundador de Diario El País, y desde el término de su dirección es consejero delegado del Grupo PRISA y presidente de su Comisión Ejecutiva. Es consejero delegado de Diario El País y de Sociedad Española de Radiodifusión, así como vicepresidente de Sogecable, todas partes del grupo que preside. De 1986 a 1988 desempeñó además el puesto de presidente del Instituto Internacional de Prensa (I.P.I). Desde 1996 es escritor y miembro de la Real Academia Española. Dirigió los Servicios Informativos de Televisión Española.
Entre los premios periodísticos con los que cuenta destacan: "Director Internacional del Año", concedido por la publicación *World Press Review* de Nueva York (1980); Premio Nacional de Periodismo de España en 1983; la Medalla a la Libertad de Expresión de la F. D. Roosevelt Four Freedoms Foundation; la Medalla de Honor de la Universidad de Missouri (1986); y el Premio Internacional Trento de Periodismo y Comunicación (1987). Es también caballero de las Letras y las Artes de Francia.

Juan Luis Cebrián también se ha desempeñado como articulista y conferenciante. Entre sus numerosas publicaciones destaca su ensayo *La red*, unos de los primeros libros sobre las implicaciones de Internet en la vida cotidiana y en la industria editorial; *El futuro no es lo que era* (Taurus, 2001), una larga conversación con el ex presidente del Gobierno español Felipe González. En junio 2009, lanzó la colección de ensayos *El pianista en el burdel* (Galaxia Gutenberg/Círculo de Lectores).

MEM. Juan Luis has dicho que si volvieras a fundar El País lo harías en el soporte digital ¿En dónde quedarán los periódicos impresos?

JLC. Yo creo que los periódicos impresos van a permanecer por lo menos durante muchos años, diría que tantos como 10. Luego lo que pasé no lo sé… el periódico es un producto muy especial. La comunicación se hace por los sentidos, y hay dos sentidos que por lo que sea tienen poco prestigio en la comunicación, salvo la comunicación erótica o estrictamente humana, que son el tacto y el olfato, y el periódico es un objeto que tiene que ver mucho con el tacto y con el olfato, su olor a tinta en las redacciones. Entonces eso pertenece a una cultura centenaria y creo que va a permanecer por mucho tiempo. Pero hay otras cosas del periódico que están desapareciendo ya. Yo no creo que el periódico sea ya el vértice o la piedra declame de la generación de la opinión pública. Creo que sigue siendo muy importante para la generación de la opinión de las elites o de las clases dirigentes, pero no para la opinión pública, ésta se genera más a través de la radio o

* Profesora e investigadora del Departamento de Estudios Culturales, Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México.

de la televisión y desde luego ahora a través de Internet si acaba la gente en internet generando eso que conocemos como opinión pública. Por lo tanto uno de los elementos esenciales del periódico va a desaparecer o por lo menos lo va a compartir con otros medios. Luego esta idea de que el periódico, como decía Lenin, es el mejor agitador revolucionario o agitador social, tampoco. Es mucho más agitador el celular, tiene mucha más capacidad de convocar a manifestaciones que el periódico. Y como organizador social finalmente las comunidades virtuales como MySpace o Facebook son mucho más poderosas. Por lo tanto hay funciones del periódico que las realizan mejor otros sistemas. El periódico tiene más de doscientos años de vida, se fabrica de manera anticuada, es muy pesado y costoso de distribuir, es por eso que no me niego a la idea de que desaparezca el periódico como soporte, otra cosa es el contenido del periódico y lo que el periódico significa a la hora de la socialización de quienes lo leen.

MEM. En la era de YouTube, en la era de los ciudadanos que pueden participar reportando hechos con sus teléfonos celulares, ¿dónde queda el papel que las democracias le otorgaron a los periodistas de ser "el mediador" entre sociedad y poder político?

JLC. Yo creo que eso se va a recuperar. Primero estamos en un periodo de transición y andamos un poco a ciegas. Digamos es un poco la discusión entre la famosa democracia directa y la democracia representativa. El periódico tiene que ver con la creación de la democracia representativa, eso no cabe la menor duda, pero es que yo creo además que es muy difícil imaginar otro tipo de democracia. Yo creo que la democracia directa, tal y como la entiende la gente, mucho más si es asamblearia, acaba haciendo cualquier cosa menos la democrática y también hay que decir que hay experiencias de supuesta democracia directa como la suiza que primero ni es tan directa y segundo, cuando lo ha sido, ha servido a para retrasar el derecho del voto a las mujeres mediante la democracia directa con el referéndum con los hombres. Hay que tener cuidado con el significado de las palabras. Entonces creo que ese papel de mediador del periodista entre la opinión pública y el poder o entre la realidad y el individuo se va a seguir manteniendo, pero transformándose. Hay 3 cosas esenciales para mí en la red que no son comprendidas suficientemente. Por un lado su globalidad y no me refiero a la globalidad planetaria de mercado, como su capacidad de dirigirse a ella, sino a una especie de globalidad interna, de asunción de la globalidad, todo lo que pasa en todas partes a la vez y a su vez dentro de mí por así decirlo, una cosa un poco complicada de explicar, pero hay aspectos totalitarios en la red en ese sentido, un poco complejos. Segundo la convergencia verdaderamente , es una convergencia de la demanda, esto que conversábamos acerca de un adolescente de 14 años ahora se encierra en su cuarto y tiene en su ordenador conviviendo a la vez elementos de su vida doméstica y privada, temas de estudio, música que está oyendo y mientras chatea con sus amigos… es decir eso forma parte un poco de esa globalidad interna de la red a la que yo me refería, es la convergencia. Pero esas dos cosas no se aceptan suficientemente, sólo teóricamente. La tercera es que fruto de la participación y la interactividad es que el proceso productivo se construye justamente a partir de la demanda y estamos acostumbrados a construirlo a través de la oferta. Todos los planes económicos que ha conocido el mundo, los hechos por los países socialistas o por los poderes centrales de los Estados, o los hechos por la compañías privadas también, se han construido necesariamente a partir de la oferta, incluida la creación literaria y la producción artística. Hay una frase de Machado: "al cabo nada debo me debes cuanto escribo. " Es la oferta perfecta yo hago estos esfuerzos, si me queréis me leéis y si no allá vosotros, peor para vosotros si no me leéis.

Yo creo que eso va a afectar al periodismo extraordinariamente. En dónde está el límite entre lo que publicamos o contamos porque es lo que quiere la gente oír y lo que publicamos o contamos aunque le moleste a la gente saberlo. Esto nos devuelve a los venecianos cuando cobraban por pasar noticias que halagaban al personal. Ya la misión de los periodistas es contar las cosas no sólo si le molestan al dueño del periódico, sino incluso si le molestan al lector del periódico.

MEM. ¿Cómo toma la industria a empresas como Google, emblemas de la supuesta economía de la gratuidad que publica noticias y no paga derechos?
Yo creo que es un problema muy complicado y hasta el momento no hemos vivido más que pequeños símbolos. Por un lado el problema de la propiedad intelectual en la red es un problema mayor que afecta a los periódicos en la red pero afecta al concepto de propiedad misma. En el capitalismo desarrollado sólo hay propiedad para los bienes tangibles pero no para los intangibles. Por lo tanto no hay propiedad intelectual sobre el software de Google; Microsoft sí la ha defendido porque sabe que es una manera de proteger su software. Esto es un problema mayor. Algunos periódicos como los belgas litigaron judicialmente con Google y le ganaron. Los franceses han llegado a un pacto con ellos y en España hemos tenido relaciones similares. Hay una paradoja y una contradicción interna. Por un lado los periódicos se quejan de que Google no les pague la propiedad intelectual de los materiales que utiliza, pero por otro lado de ninguna manera están dispuestos a desaparecer de los motores de búsqueda ni de los índices de referencia porque desvía mucho su presencia en la red. En España hemos tenido un diálogo muy abierto y explícito con Google en esta materia y he descubierto una cosa. Ni Google ni los periódicos reclaman cuestiones de dinero, en España los periódicos piden el pago de un dinero simbólico por los derechos y Google está dispuesto a pagar mucho dinero en un acuerdo, pero lo que está discutiendo es una cuestión de principios, si esos derechos merecen protección jurídica o no y sobre eso es sobre lo que Google no se pone de acuerdo. Creo que en la medida que no avancemos en ese terreno los problemas serán mayores en el futuro.

MEM. ¿Cuáles son los asuntos pendientes y urgentes para proteger los derechos de autor en la era digital?

JLC. Primero hay un debate que es viejo entre dos conceptos sobre los derechos diferentes a uno y otro lado del Atlántico. Está el derecho europeo continental más centrado en la idea de la propiedad intelectual, de los derechos de autor, que incluye los derechos morales del autor y demás y por otro lado está lo que emana de las sociedad anglosajonas, Estados Unidos, Inglaterra, Australia, que es la idea del copyright que no es estrictamente equiparable a la idea de la propiedad intelectual. Sobre eso no nos hemos puesto de acuerdo todavía, el derecho de autor pertenece al autor, el copyright pertenece a la compañía. Por lo menos en España todavía hay muchos conflictos internos entre los periodistas y los gestores de las empresas que son más elocuentes o evidentes en el caso de los fotógrafos y dibujantes, que reclaman mucho más sus derechos de autor por la reproducción en la web que los autores de artículos o noticias. Yo creo se ha avanzado muy poco en esto y que en un futuro tendremos dolores de cabeza mayores aunque se irá resolviendo como se está resolviendo en parte en el tema de la música.

MEM. Uno de los síntomas o rasgos de la Sociedad de la Información es la abundancia de información. ¿Los ciudadanos están mejor informados por ello? ¿Abundancia es igual a calidad? ¿Cómo abordar este debate?

JLC. Evidentemente más información a seas no significa mejor información sino simplemente más información. Lo que pasa es que más datos

acumulados uno tras de otro no tienen por qué significar una mejor participación de los ciudadanos en la toma de decisiones o una mejor configuración de la opinión pública. Por lo tanto, más información puede significar más confusión si no hay un análisis o una comprensión mejor de la información que se facilita. Yo creo que por ejemplo hay mucha información sobre conflictos internacionales, etc. Y hay poca comprensión de cómo esos conflictos globales afectan a la vida diaria del ciudadano de a pie de cualquiera de nuestras sociedades. O sea ¿hasta qué punto la actividad de un inversionista en Londres está condicionando el salario mensual de un brasero en México? No hay conciencia suficiente ya no en las clases menos letradas, sino en las clases dirigentes.

MEM. Otro de los rasgos en la Sociedad de la Información es la concentración de las marcas periodísticas, Prisa es un ejemplo de ello ¿Acaso no implica una estrechez en términos de pluralidad, de diversidad de voces?

Los medios se están concentrando y se van a concentrar más, creo que estamos al principio del proceso. Yo viví mayo del 68 activamente en La Sorbona, estaba trabajando como periodista. Pero en Estrasburgo primero en mayo 68 estudiando un curso sobre concentración de empresas periodísticas, ya hace cuarenta años esta era una cuestión que estaba sobre la mesa. El curso estaba simbolizado por el hecho de que dos periódicos franceses se concentraban en uno solo. Yo creo que es inevitable, es una ley coherente con la evolución del capitalismo post-industrial que tiene que ver con la generación de capital bruto y la generación de rentabilidades de otro género, más con las nuevas tecnologías. Para atender al mercado global es preciso contar con empresas globales. En el caso de Prisa nos queda muy claro que si no hacemos nosotros una empresa global la harán los gringos y eso tendrá consecuencias finalmente. Es muy costoso hacer una empresa global, Prisa en este momento está muy endeudada fruto del esfuerzo que estamos haciendo, y gana mucho dinero en este momento Prisa como empresa, pero todo el crecimiento lo hemos hecho con deuda, fruto de que creemos preciso contar con grupos globales que por lo menos sean más afines a la cultura latina o la cultura hispana. Por lo tanto creo que es un proceso que desde hace ya cuarenta años discutimos y que va a progresar. Que esto afecta o puede afectar a la pluralidad inicialmente no existe ninguna duda porque la democracia implica la difusión del poder y la separación de poderes como ya explicó Montesquieu, por lo tanto la concentración del poder genera un riesgo sobre el pluralismo democrático. A veces no es tan así, a veces la pertenencia a un grupo de medios mayor provoca una mejor defensa de algunos medios locales que no pueden defender su independencia, quiero decir, para un periódico local de una ciudad pequeña es muy difícil resistirse a los poderes locales de esa ciudad mientras que si está incluido en una organización mayor le puede resultar más fácil el amparo de esa organización. Esto pasó por cierto en Nueva York con el Village Voice, el periódico de The Greenwich Village que estaba en la quiebra, éste lo compró Rupert Murdoch, no soy un entusiasta de sus métodos, pero la voz de la Village Voice era una voz pequeña. Por lo tanto puede y debe haber pluralismo en el interior de los conglomerados de medios pero claro, es preciso que no quede a la buena voluntad de los propietarios sino que es preciso trazar reglas que garanticen la autonomía de las redacciones y la capacidad de decisión autónoma de los periodistas.

MEM. En la Sociedad de la Información no hay un modelo ideal para ejercer el periodismo en los conglomerados, ponías el ejemplo del Chicago Tribune que tiene prácticamente periodistas multiusos y otros mantienen sus líneas de producción por medios separados, ¿tú por cuál te pronuncias?

Chicago Tribune tenía, porque ya acabó con todos ellos. Podrían decir las mujeres que los hombres no pueden hacer dos cosas a la vez, y

suele ser verdad, pero incluso si es hombre, yo creo un periodista puede hacer varias cosas a la vez, aunque sea un poco más complicado. Para mí todo es un problema conceptual. Comunicar significa decirle algo a alguien o contarle algo alguien, entrar en relación con otro. Las tecnologías ni las técnicas son inocentes, ni respecto a los contenidos ni respecto a los objetivos de la comunicación, por lo tanto yo creo que un periodista puede hacer una tarea par ale periódico y volverla a hacer para la red, sin embargo yo no creo que uno se comunique igual a través del periódico que a través de la radio que a través de la red. Además creo que el periodista individual es un personaje que rara vez existe, tiene que ver más bien con el columnista o con el articulista. Es decir los periódicos y los sistemas de información son obras colectivas que tienen una personalidad colectiva también. Por lo tanto incluso para decir lo mismo uno no escribe igual si es para El País que si escribe Reforma o la ABC porque va a un público diferente aunque uno diga lo mismo, por lo tanto estos aspectos interactivos de la comunicación hay que tenerlos en cuenta. Esto me lleva a la conclusión de que hay que tener una coordinación en las redacciones pero que el hombre orquesta del periodismo que hace todos para todos los medios o esta idea también de la factoría central de las noticias como el *plastic foot* que luego se va repartiendo, yo no creo en ellas. Hay una teoría muy vieja que dice que si uno tiene una cadena de restaurantes hay una parte de restaurantes de lujo, otros de medio pelo etc., al final la cocina puede ser la misma y el filete el mismo pero cuidando un poco la diferencia de matices de calidad digital. Yo dudo que esto sea posible, creo que eso más que la concentración en sí de la propiedad de los medios conspira contra la pluralidad de los contenidos.

MEM. Finalmente te pregunto, ¿cómo miras tú el ecosistema mediático en este siglo XXI y cómo miras a los periodistas del futuro?

JLC. Yo creo que hay una tendencia a suponer que la importancia de los medios en la configuración social es cada vez mayor. Lo que pasa es que también hay una extensión de los medios mismos. Yo lamento mucho que McLuhan no viva en esta época porque creo que es la persona que mejor ha conceptualizado y ha entendido el mundo de los medios. Sobre todo fue el primero que nos avisó que los medios de comunicación son muchos y muy variados y habló del dinero y del automóvil como medios de comunicación tan importantes o más que los medios de comunicación tradicionales que llamamos "media". Es verdad que la centralidad que están ocupando los medios tradicionales y ahora internet es muy fuerte y yo desde luego no tengo la respuesta ni el modelo incluso pienso que no hay un modelo probablemente, pero me gusta fijarme en lo que ha hecho Obama en su campaña electoral. Él ha sabido utilizar como ningún otro internet a la hora acercarse a las generaciones jóvenes a los que nunca habían votado, a los sectores minoritarios o marginados de la sociedad y a los individuos también a la hora de reclamar individuo por individuo diez, ocho, cinco dólares para la campaña. Yo creo que ha sido de una genialidad tan absoluta, ha dado prioridades a la comunicación por la red frente a la comunicación en los medios tradicionales, fue la red la primera que dio la noticia de la victoria de Obama antes de su comparecencia en una rueda de prensa. Bueno, yo debo decir que estoy completamente entusiasmado y alucinado porque he visto que efectivamente hay gente que piensa que entiende y que comprende que el mundo de la red es un mundo diferente y por lo tanto debemos saber integrarnos en él, aprender las lecciones del mundo de la red. Esto no lo estamos haciendo los periodistas de los medios tradicionales, probablemente porque tenemos miedo, los empresarios tenemos todavía más miedo y los dueños de las empresas ellos tienen un pánico cerval porque una de las grandes mentiras que se han contado a través de la historia es que la prensa era un negocio al que había que ayudar y proteger, etc. La prensa ha constituido uno de

los negocios más formidables en la historia de la humanidad y puede dejar de serlo, y al bajar además los márgenes se necesita más tamaño y nuevamente volvemos al tema de la concentración pero en el tema de la concentración desaparece la propiedad unifamiliar o unipersonal y aparecen grandes conglomerados con inversores de todo género. Cambia el ecosistema en definitiva de los medios de comunicación y cambia el ecosistema de los periodistas. Primero tenemos que saber que está cambiando, segundo tenemos que aceptar que en principio los cambios si se controlan y saben dirigir son a mejor aunque todo puede empeorar también pero en fin, y tercero no debemos resistirnos al cambio, tenemos que saber dirigirlo, controlarlo, pero nunca resistirnos a él.

La entrevista con Juan Luis Cebrián tuvo lugar el 2 de diciembre de 2008 en la Ciudad de México, luego de ofrecer un curso sobre Periodismo en la era digital en el Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México a invitación de la Cátedra Alfonso Reyes.