

Resumen

Este artículo aborda la problemática de las tecnologías de información y comunicación, en el marco del proceso de globalización desde la aproximación a los conceptos de *técnicas*, *tecnologías* y *tecnicidades* como campos válidos de exploración de este universo. El desarrollo expansivo y multiplicador de las tecnologías en nuestro entorno cotidiano nos obliga también a pensar y analizar las nuevas realidades mediáticas, desde una perspectiva distinta.

Por otro lado, se intenta ofrecer una aproximación a los paradigmas más importantes desde los que se han analizado las tecnologías.

Las reflexiones aquí volcadas surgieron del trabajo de elaboración del estado del arte de los proyectos de investigación: "*Usos sociopolíticos de las Tecnologías de Comunicación e Información (TICs) de la Sociedad de la Información (SI) aplicadas en los procesos políticos en ámbitos locales. Estudio de casos en la Región Capital: La Plata, Berisso y Ensenada*"; y *Sociedad de la Información y desafíos jurídico-comunicacionales: análisis social de la legislación aplicable en el fenómeno de la convergencia*, que se desarrollan en el marco del Programa de Incentivos, en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

La cuestión de las nuevas tecnologías de información y comunicación resulta hoy paradójica. Ya no son nuevas, ya no están no están por venir y, sin embargo, siguen concibiéndose como el futuro (PNUD 2001). Vayamos al punto. Desde la puesta en órbita del satélite Sputnik pasaron cincuenta años; desde la invención de la red de redes, treinta; hace veinte que la invención de la computadora personal permite hoy la expansión de Internet, y el desarrollo de la virtualidad es moda en los cines. Nadie ve asombrado estos hechos y casi nadie presagia ya catástrofes o revoluciones. Todavía más, ya los informes sobre el efecto de las tecnologías de comunicación dejaron atrás el mágico pensamiento modernista que caracterizó el discurso de Marshall Mc Luhan o de las visiones apocalípticas de sus detractores. Entonces, es posible hoy volver a la reflexión, a los puntos cruciales sin la obnubilación de las pasiones o los rechazos. Digamos simplemente, ¿qué mundo tendremos cuando las máquinas se conviertan en nuestro entorno inmediato? ¿Qué posibilidades tenemos que ese mundo sea plenamente humano en el reino de los bits, las interfases, la digitalización infinita? ¿Qué lugar tendrá la credibilidad humana y las oportunidades mayoritarias?

El informe de las Naciones Unidas (UNESCO 2000) anunciaba que las tecnologías de comunicación e información son una de las claves de desarrollo, sin embargo, del mismo modo que reconoce sus potencialidades, claramente establece que la brecha digital que se ha abierto entre sociedades desarrolladas es cada vez más grande y materia de otra desigualdad que se agrava con cada invento tecnológico. El informe del programa argentino Sociedad de la Información, lo expresa claramente: "...la brecha digital es el nuevo paradigma de la desigualdad" (1). Jesús Martín Barbero lo señaló correctamente en la década pasada: "...a diferencia del proceso que hasta los años setenta se definió como imperialismo, la globalización de la economía redefine las relaciones centro/periferia. Lo que la globalización nombra ya no son movimientos de invasión sino transformaciones que se producen desde y en lo nacional y aún en lo local. Es desde dentro de cada país que no sólo la economía sino la cultura se mundializa. Lo que está en juego no es una mayor difusión de productos sino la rearticulación de las relaciones entre países mediante una descentralización que concentra poder económico y una deslocalización que hibrida las culturas" (2).

Ahora bien, la cuestión de las tecnologías de comunicación e información debiera plantearse ya a partir de ciertos denominadores comunes. Para eso es necesario volver a ciertos pensadores que desde mediados del siglo XX comenzaron a explotar este rico e infinito campo. Me refiero a los clásicos, como Lewis Mumford, el propio Marshall Mc Luhan o Raymond Williams. Lo digo en referencia a que ya no podemos seguir confundiendo los conceptos desde los que pensamos. A los efectos de ir clarificando las cosas, quisiera proponer la distinción de la problemática de las tecnologías de información y comunicación a partir de tres conceptos, siguiendo los trabajos de Raymond Williams y Jesús Martín Barbero, no como nuevos dogmas, sino como un campo importante de exploración: el de *técnica*, el de *tecnologías* y el de *tecnicidades*. Recordemos lo que decía Williams en un trabajo de referencia obligada (3).

Una técnica es "una habilidad particular o la aplicación de una habilidad. Un invento técnico es, por consiguiente, el desarrollo de dicha habilidad o el desarrollo o invento de uno de sus ingenios" (4).

Para Williams las dos definiciones se pueden distinguir teóricamente, sin embargo reconoce que están ligadas sustancialmente. Por un lado, el marco de conocimientos de los que provienen estas habilidades y los inventos técnicos, y el marco de

conocimientos y condiciones a partir del cual se desarrollan se combinan y preparan para su uso. Igualmente, la cuestión fundamental para Williams es saber comprender que una tecnología es siempre, en el sentido amplio, social. “Está necesariamente ligada, de forma compleja y variable, a otras relaciones e instituciones sociales, si bien un invento técnico particular y aislado puede considerarse, e interpretarse temporalmente, como de carácter autónomo” (5).

De ahí que Williams señale que no son las técnicas las que cambian las sociedades, es decir, la radio, la televisión o la computadora hoy, sino los usos que cada sociedad le asigna.

Finalmente, habría que establecer a qué queremos referirnos con tecnicidades. Siguiendo aquí los últimos trabajos de Jesús Martín Barbero, queremos referirnos al hecho de que las tecnologías hoy superan en gran medida las dimensiones exclusivamente prácticas y comunicativas a las que acostumbramos a hacer referencia. Los medios (o las mediaciones tecnológicas) no configuran sólo las dimensiones de una cultura (de masas por ejemplo) como podíamos concebirlas hasta hace algunos años, sino que han adquirido el carácter radicalmente transformador de la sociedad contemporánea. Como señala Martín Barbero: “estamos ante el surgimiento de “otra figura de la razón” que exige pensar la imagen, por una parte, desde su nueva configuración sociotécnica: el computador no es un instrumento con el que se producen objetos, sino un nuevo tipo de tecnicidad que posibilita el procesamiento de informaciones, y cuya materia primera son abstracciones y símbolos, lo que inaugura una nueva aleación de cerebro e información que sustituye a la del cuerpo con la máquina; y por otra, desde la emergencia de un nuevo paradigma del pensamiento que rehace las relaciones entre el orden de lo discursivo (la lógica) y de lo visible (la forma) de la inteligibilidad y la sensibilidad” (6).

Refiriéndose al viejo concepto de Benjamin, como nuevo *sensorium*, Martín Barbero rescata la idea de que los aparatos técnicos hoy son mucho más que máquinas de comunicar, designan una nueva forma de sentir (en el sentido de concebir, comprender, ver, pensar) el mundo. Nuevas formas de reconocerse y juntarse, y nuevas formas de estar en el tiempo y en el espacio. Algo así como lo que señalaba en aquella obra profética Margaret Mead que Martín Barbero rescató para la lectura de todo el continente: “Más que un conjunto de nuevos aparatos, de maravillosas máquinas, la comunicación designa hoy un nuevo *sensorium*: nuevos modos de percibir, de sentir y relacionarse con el tiempo y el espacio, nuevas maneras de reconocerse y de juntarse” (7).

Estadísticas y censos

Más que un conjunto de aparatos, dice Jesús Martín Barbero, los medios son nuevas formas de juntarse. Según un informe presentado en el Mercado Internacional de Programas de Televisión realizado en Cannes durante 2005, el promedio de recepción televisiva diaria por habitante es de 3 horas y 17 minutos. El país con más alto porcentaje es Estados Unidos con 4 horas. En Argentina, según el último informe del Observatorio de Medios de la Ciudad de Buenos Aires, el 58% de la población argentina mira entre 11 y 21 horas semanales de televisión, en el caso de los jóvenes de entre 18 y 28 años este porcentaje alcanza el 32% y supera las 21 horas semanales. En la actualidad hay más de 6.000.000 de usuarios de Internet y 3.700.000 abonados al cable distribuidos en el territorio argentino.

Compárese estos datos en relación con el consumo promedio cinematográfico de 2005 que no alcanza a superar el 1,5 películas promedio por año. Estas estadísticas están señalado algo obvio, pero no por eso menos importante: la gente permanece más tiempo en su casa. Es decir, se reducen significativamente las horas en el exterior: en clubes, plazas, parques o cualquier otro espacio para el esparcimiento. En un artículo de la revista La Nación del 29 de mayo, el periodista Rubén Romero destacaba que “ocho millones de estadounidenses son adictos al sexo virtual: pasan por lo menos 11 horas a la semana con sus parejas electrónicas, según el documental de la cadena CBS CybersexAddiction”. En el mismo trabajo se mencionaba que “según la encuesta Durex 2003, el 25% de los españoles ya utiliza Internet con fines sexuales”. El cronista se preguntaba: ¿es ésa la tendencia mundial que arrastra nuestra vida sexual y la de las organizaciones venideras? ¿Nos dirigimos hacia un mañana de placeres electrónicos, digitalizados, robóticos?”.

Según el Programa Nacional para la Sociedad de la Información, la República Argentina se encuentra en la posición número 32 dentro del grupo de 55 países que dan cuenta del 98% de las Tics. En cuanto a los ordenadores y la infraestructura social, en donde se evalúa el nivel de educación formal de la población, la lectura de diarios, la libertad de prensa y las libertades civiles, dicho informe revela que la Argentina figura en el puesto 31.

En cuanto a la infraestructura de Internet, el país se encuentra más rezagado, situándose en el puesto 33. En ese mismo puesto aparece en cuanto a la infraestructura de información, que mide el número de líneas telefónicas por hogar, la confiabilidad y costo de las llamadas locales, la disponibilidad de televisión, fax y radio per cápita y la penetración tanto de la televisión por cable como de los teléfonos celulares. A nivel de expansión de PC, Argentina dispone de 5,3 computadoras por cada 100 habitantes (5%), lo que contrasta fuertemente con el caso de la televisión donde el 90% de los hogares cuenta con televisión abierta y el 60% con cable. En tanto en la prensa el consumo es marcadamente menor: la circulación global de ejemplares es de 1.94 millones y el

porcentaje de lectura es de 56 ejemplares por cada 1000 habitantes mayores. En cuanto al uso y expansión de Internet, hay más de cuarenta empresas que ofrecen el servicio de Internet gratis, pero cuatro acaparan el 80% del mercado. Lo significativo en este tipo de servicios es el consumo telefónico implícito. Así el mercado de ISOs gratuitos, genera el 20% de los minutos consumidos en tráfico telefónico de Internet en la Argentina. El perfil del usuario de Internet en la Argentina tiene 29 años de edad promedio, un 45% son mujeres, el 71% tiene estudios universitarios, el 95% de nivel socioeconómico C1 y C2, el 69% reside en el Gran Buenos Aires y el 32% en el interior, y lleva 5 años aproximadamente utilizando computadoras e Internet.

Si bien el desarrollo de Internet es reciente y el nivel de conexión en la Argentina se ve reducido fundamentalmente al Gran Buenos Aires, la producción refleja el atraso. El 54% de los contenidos en español en Internet se producen en la madre patria, y sólo el 9,5 por ciento en Argentina, seguida muy cerca por México con el 8,6. Debajo de esta línea están los Estados Unidos con el 5%, Colombia con el 3,9% y Chile con el 3,6%.

Hace 40 años Marshall McLuhan consideró a los medios como extensiones de los sentidos del hombre, inaugurando una suerte de antropología de los medios, Si bien el conjunto de conclusiones que el mediólogo canadiense extrajo fueron desacertadas, no lo fueron sus intuiciones. Es cierto, los medios han modificado radicalmente el entorno humano. Las consideraciones del último informe del PNUD lo atestiguan, como cualquier chico de diez años que pasa 3 o 4 horas en un ciber en Buenos Aires. Lo mismo piensa una maestra del conurbano o un dirigente político. Recientes fenómenos sociales como el que refleja el caso Blumberg atestiguan esta mediatización de la cultura y de la vida. De ahí que seguir pensando en los medios como agentes o instrumentos de transmisión sea un error, los medios conforman hoy el entorno en el cual realizamos y producimos nuestra vida, y nada de lo que hoy se hace o se pretende hacer, escapa o puede escapar de ese contexto, ni siquiera el más cruel o antioccidental de los fundamentalismos, como también lo demuestra el atentado a las torres gemelas.

Notas

- (1) "Las nuevas fronteras de la Sociedad de la Información", documento del programa Sociedad de la Información, dependiente de la Secretaría de Comunicaciones del Poder Ejecutivo Nacional, enero de 2003.
- (2) Martín Barbero Jesús: "Globalización y multiculturalidad: notas para una agenda de investigación", Ensayo y Error Nº 3, Bogotá, Colombia, 1997.
- (3) Williams Raymond, "Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales", publicado en Historia de la Comunicación, vol. 2 Ed. Bosch.
- (4) Ídem, página 184.
- (5) Ídem.
- (6) Ídem cita 3.
- (7) Ídem cita 3.

Bibliografía

- GARCÍA CANCLINI Néstor: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales en la globalización*, Grijalbo, México, 1995.
- IANNI Octavio: *Teorías de la globalización*, Siglo XXI, 1996.
- MARTÍN BARBERO Jesús: "Globalización y multiculturalidad: notas para una agenda de investigación", Ensayo y Error Nº 3, Bogotá, Colombia, 1997.
- MARTÍN BARBERO Jesús: "Globalización comunicacional, descentramiento cultural" en *La dinámica global/local*. Ediciones Ciccus - La Crujía, Buenos Aires, 1999.
- ORTIZ Renato: "Cultura y Sociedad Global" en *Mundialización y Cultura*, Alianza Editorial, 1997.
- WILLIAMS Raymond: "Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales", publicado en *Historia de la Comunicación*, vol. 2 Ed. Bosch.