

[Inicio](#)

El Poder de Transformación de la Comunicación Digital

Por [Laura Rosseti](#)

Número 59

Tecnología y sociedad

La relación existente entre tecnología y sociedad siempre ha sido muy estrecha y hoy más que nunca son evidentes las incidencias de las transformaciones tecnológicas en lo social ya que involucran los procesos de comunicación que están directamente ligados con el poder.

Con sus vertientes positivas, relacionadas con el hecho de volver más ágil y veloz el proceso de comunicación, y negativas, por fomentar la dispersión o el exceso de información que, en casos extremos, puede propiciar una pérdida de identidad, las nuevas herramientas digitales se han posicionado bajo intereses ajenos a las multitudes.

Consortios de empresas gigantescas se disputan el mercado de la comunicación digital donde magnates como Murdoch, Polanco, Bill Gate o políticos como Berlusconi polemizan sobre las “ Plataformas digitales” guiados por intereses muy personales.

Mientras tanto la sociedad civil se enfrenta con asombro y esperanza, con dudas y maravilla a una nueva era marcada por productos y formas de comunicación imprevisibles, lenguajes alternativos y soportes novedosos que modifican a las relaciones interpersonales, al mundo del trabajo y de la escuela condicionando tiempos y espacios de nuestro cotidiano vivir.

En ese contexto el concepto de comunicación ha evolucionado tanto que es urgente dejar atrás los planteamientos de la era de la comunicación de masa, que no corresponden al uso o al condicionamiento actual, para asumir la entrada en la era de la comunicación Digital donde el debate entre “apocalípticos e integrados” se vuelve superado por nuevos paradigmas interpretativos de una convergencia de medios que hasta hoy no tenían relación alguna. (Bettetini G. 2001)

A pesar de las numerosas afirmaciones sobre la presunta “muerte de las ideologías” quizás nos enfrentamos, con análisis y propuestas de la nombrada sociedad de la información, a una ideología fundada en el determinismo tecnológico.

Uno de los teóricos más reconocidos en este ámbito ha el catalán Manuel Castells. (Castells 1999 Tomo III) . En su análisis socio-económico sobre la sociedad de la información afirma que hemos entrado en la era post-industrial marcada por tres importantes fenómenos del siglo pasado. El primero se manifiesta con la revolución de la tecnología de la información, el segundo con la crisis del capitalismo y del estatismo y ,como tercer elemento de ruptura, la efervescencia de los movimientos sociales como el feminismo y el movimiento ecologista.

Esta tesis encuentra seguidores y críticos que se suman a un debate que involucra sociólogos, filósofos, profesionales de los medios, políticos y economistas en la búsqueda de definir el acelerado proceso de transición hacia una sociedad condicionada por lo tecnológico.

Pero mientras los investigadores analizan las transformaciones del contexto social intentando justificar las relaciones de poder entre el mundo de la información, las dinámicas partidistas, la aplicación de la democracia y el desarrollo económico el ciudadano común tiene que enfrentar una constante modificación de sus costumbres y formas de comunicar y de intercambiar conocimiento con los demás.

El amplio muestrario de instrumentos digitales para la producción e intercambio de información, además de ofrecer objetivas ventajas prácticas, puede ser utilizado para dar soluciones a problemas reales y críticos en el ámbito individual y colectivo. Para hacer de la comunicación digital una alternativa provechosa y realizar acciones nuevas y diferentes a las que se realizan en el mundo físico es preciso desarrollar una estrategia de comunicación capaz de entender y gobernar la tecnología con el fin último de satisfacer las inquietudes culturales y sociales relacionadas con la introducción de la nueva tecnología. (Sancassani-Pillan 2004)

En esa riqueza de oportunidades, para obtener aplicaciones, modelos y estrategias de comunicación de calidad es oportuno fomentar un nivel de conciencia y conocimiento que supere la utilización espontánea de los productos digitales que, promovidos por grandes campañas publicitarias , se adquieren a menudo por satisfacer necesidades inducida.

Uno de los problemas principales en el analizar este fenómeno consiste en la urgencia de comprender cuales son las dinámicas, las direcciones y la amplitud del cambio al cual nos estamos exponiendo

Con este objetivo he recopilado alguna información sobre los antecedentes y las perspectivas de los últimos adelantos tecnológicos que se están posicionando en los mercados así como sobre algunas etapas que han marcado la evolución del concepto de Red y de globalización.

Globalización y Red: antecedentes

Desde siempre los seres humanos han intercambiado mensajes, de carácter personal o social para establecer mejores formas de convivencia y por muchos siglos la comunicación entre las personas ha sido dominada por las palabras a nivel oral, escrito y de lectura.

Los promotores y protagonistas de ese proceso y de su avance han sido los comerciantes, los científicos, los religiosos, los intelectuales y sobre todo los gobernantes que por medio de documentos, edictos, leyes y manifiestos legislaban o determinaban su relación con el pueblo.

Para el incremento de los negocios las informaciones comerciales han tenido que circular de un lado a otro con el fin de satisfacer las necesidades de mercancías o servicios de proveedores distantes.

Con la era Gutenberg, la utilización de los caracteres móviles y la impresión se modificó el control sobre la información, antes restringida a pocos elegidos, y se extendió la posibilidad de acceso a la cultura humanista y científica a una gran multitud de personas de diferente nivel social, gracias también a de la difusión a gran escala del soporte papel, proveniente de China.

Mientras tanto los adelantos científicos, técnicos y el conocimiento en general pudieron así ser custodiados, enriquecidos y transmitido de generación en generación

A la palabra escrita pero hicieron falta muchos siglos para que ciencias y tecnologías lograsen engendrar, a una velocidad sorprendente, herramientas que incidieran tan de cerca y a escala mundial en el campo de la comunicación..

Se podría sostener que la lucha contra el analfabetismo y los logros obtenidos en este campo, en gran parte de los países del mundo, sentaron las bases de la actual globalización que entretuje intercambios en el ámbito cultural, comercial y también ideológico entre continentes. (D. Wolton 2004)

El concepto de globalización, que en estos últimos años ha despertado un gran debate sobre el surgimiento de una nueva problemática de identidad cultural colectiva, no resulta ser tan novedoso ya que la misma presencia del hombre en el planeta tierra ha sido fruto de continuas emigraciones e intercambio entre países y continentes.

Siempre en la historia del hombre una gran cantidad de individuos han tenido que trasladarse de un lugar a otro debido a hambrunas, guerras, intercambios comerciales, deseos de dominación o exilios voluntarios y obligados.

También otro concepto, que se ha posicionado con la evolución tecnológica, el de Red, tiene antecedentes lejanos como las vías de comunicación terrestre que sirvieron para la circulación de ser humanos, animales o medios de transporte o las rutas marinas que marcaban el tránsito de los barcos entre puertos de varios continentes.

Recordamos que la Civilización Mediterránea tuvo su apogeo justo gracias al intercambio marítimo de las poblaciones que vivían largo sus costas y que el Imperio Romano, en su etapa más extensa, por medio de la construcción de rutas de comunicación como las vía Appia, la vía Aurelia o la vía Flaminia, dio origen a una civilización cuyos vestigios desde entonces han sido meta de turistas y estudiosos.

El conocimiento ha tenido desde siempre su *Red* de comunicación desde los circuitos de los monasterios, donde los religiosos custodiaban e investigaban los textos sagrados e importantes de la época, hasta las rutas de la Seda o de la Sal.

En el ámbito del transporte, en el siglo pasado, se construyeron las redes de ferrocarriles y las autopistas que permitieron incentivar las comunicaciones y el intercambio entre países lejanos.

Pero sin duda fue con las telecomunicaciones cuando se dieron dos inventos relevantes que modificaron las perspectivas de los soportes disponibles para comunicar.

El primero fue la instalación de cables bajo el océano a la mitad del XIX siglo, evento y proeza humana que sin duda marcó una evolución con relación a las anteriores posibilidades.

Y el segundo fue la revolución que generó el invento de G. Marconi al lograr, por primera vez en 1901, que una señal atravesara el Atlántico, desde Cornovaglia hasta la Isla de Terranova. Contrariamente a lo que suponían los científicos de la época, la curva de la tierra no obstaculizó la transmisión de la señal que se concretizó primero con el pausado sonido del alfabeto Morse y después con la misma voz humana.

Televisión e intereses comerciales

Iniciada así la época de las comunicaciones sin cable bastaron pocos años para que el soporte éter diera espacio primero a la señal radiofónica y después a la televisiva.

La difusión de esta última se ha ampliado con la utilización de los Satélites, que permiten la transmisión de un mismo evento en varias zonas geográficas al mismo tiempo, y con el acceso combinado a una gran cantidad de Canales por cable y éter.

En contraposición al Cine, nacido y desarrollado más para transmitir el imaginario social con sus conflictos y sus representaciones de la condición humana, la televisión ha sido desde su inicio apañada por intereses comerciales por lo tanto su difusión masiva se debe sobre todo a intereses económicos, políticos e ideológicos.

Con la televisión, superada, en la difusión de la información, la barrera del espacio y del tiempo, se abre la etapa de la mencionada “Aldea global” analizada en sus repercusiones psicológicas y antropológicas por el investigador canadiense Herbert Marshall McLuhan .

Hace más de cuarenta años este prolífico estudioso de los media con sus textos provocativos como “The médium is the message” explicaba de que manera los media estructuran la percepción y como ésta a su vez condicionaba la sociedad. Es decir en pocas palabras de cómo nuestro pensamientos están ligados a las formas de percepción de la realidad. Para McLuhan la tecnología no tenía por sí misma un valor moral .

Los hombres eran los responsables de los efectos que las transformaciones tecnológicas generaban en las formas de percepción y por consecuencia la falta de cuidado sobre el impacto de los media hubiera podido transformar la “aldea global” en un lugar de control autoritario.

Desde ese entonces el proceso de globalización de la televisión ha alcanzado cifras extraordinarias¹ y a pesar de las diferencias socioeconómicas entre continentes podemos constatar que la mayor difusión de la TV no depende solamente del índice de industrialización cuanto de las políticas de penetración que cada Estado e impresas privadas promueven e incentivan..

El poder del medio televisivo se debe sobre todo a su función de medio controlador de la opinión pública así como condicionante para la difusión de valores, costumbres y modas a menudos ajenos a los mismos receptores.

En el ámbito comercial, a nivel mundial, siempre han existidos conflictos entre las grandes empresas transnacionales cuales la Sony, la JVC, la Sanyoo la Philips entre otras, por el posicionamiento de la tecnología televisiva y del vídeo. Un ejemplo evidente lo podemos encontrar en la diversidad de los protocolos de visibilidad, que al no ser uniformes por cantidad de líneas, el estándar europeo con 625 y el americano con 525, han generado el posicionamiento de estándar diferentes según el área continental de pertenencia, para Europa el protocolo PAL y SECAM y para el continente americano el NTSC con la consecuente dificultad de transferencia de un sistema a otro.

Por lo que concierne el vídeo después de una dura batalla comercial entre el Betamax de la Sony y el v2000 de la Philips en los años ochenta se llegó al posicionamiento del VHS de la JVC por su amplia plataforma de asistencia a nivel industrial.

En este aspecto una de las grandes aportaciones de lo Digital se esta dando con la unificación de los protocolos también entre sistemas y sistema ya que el formato Digital permite la transferencia de estándares diferentes en una única plataforma.

Esta peculiaridad conlleva a una mayor posibilidad de difusión en el ámbito internacional de los programas televisivos ya que anteriormente las solas transferencias desde el sistema NTSC a PAL comportaba un gasto oneroso para las distribuidoras que a menudo limitaban sus ventas a zonas geográficas.

Otro aspecto innovador en el ámbito televisivo ha sido las modalidades de acceso a la programación de distintos canales que se ha ampliado desde el medio éter hasta la TV por cable o por satélite hasta llegar en estos últimos años a la TV digital terrestre (TVDT) que comporta una verdadera revolución sea por la cantidad de Canales a disposición que por la posibilidad de implementar una interrelación con el usuario.

Cabe mencionar que un mayor numero de canales no necesariamente corresponde a una democratización del medio televisivo aunque ofrece, al televidente conciente, la posibilidad de comparar, sobre todo en el ámbito informativo, las posibles manipulaciones de las noticias, la cantidad no garantiza la calidad y a menudo genera un estado de confusión debido a la complejidad y dificultad de elección.

La penetración del aparato televisivo, en el espacio privado tiene elementos en común con a la difusión del teléfono, aunque no tan evidente y masiva.

En los últimos 20 años ha habido un constante crecimiento en la utilización del teléfono y por lo que concierne a la distribución de las líneas telefónicas fijas surge una relación parecida entre los países avanzados, industrialmente hablando, y los sub-desarrollados².

El progresivo difundirse de las redes telefónicas, cuya razón de ser ha sido siempre la de soporte de comunicación a distancia entre dos polos, y televisivas, que se sustenta sobre todo en la transmisión de contenido entre un emisor y varios receptores, han marcado una nueva realidad de interrelación entre los individuos y las masas que con lo Digital sufrirá otra gran transformación.

Convergencia de medios : el teléfono móvil

La difusión de la cultura digital o cyber cultura en casi todos los ámbitos de la sociedad nos presenta una *pantalla mágica*, de una computadora o de un teléfono celular, un nuevo médium que incorpora los anteriores dándonos la posibilidad de ver programas de TV, hacer llamadas, comunicarnos auditiva y visualmente con nuestros amigos o compañeros de trabajo, concertar con los colegas una planificación de un proyecto, acceder a bancos de datos o a tiendas virtuales donde poder encontrar el producto que andábamos buscando hasta contratar un servicio de un proveedor presente en la Red.

A la red de telefonía fija y a la televisión desde hace más de 10 años podemos anexar otro soporte comunicativo cual es el de la telefonía móvil, un sector cuya evolución le ha permitido ofrecer al mercado la distribución de aparatos telefónicos dotado de múltiples funciones llamados de cuarta generación. (4G)

El teléfono móvil de primera generación, que hace solo 10 años era usado por un restringido numero de personas con el fin ultimo de hacer llamadas, ha adquirido el lenguaje de las computadoras y con el acceso a Internet se abre a un amplio numero de aplicaciones interactivas con personas, servicios o maquinas.

Cabe mencionar que la relación usuario /maquina se ha ido posicionando cada día más por el alto grado de capacidad, alcanzado por las maquinas, de reconocer la voz humana y por el consiguiente abatimiento de costos en la ventaja de poder sustituir la presencia de operadores del otro lado del teléfono.

Nos resulta cotidiano marcar un numero y ser atendido por una grabación que nos plantea una serie de opciones programadas cuya finalidad es proporcionar un mejor acceso a la información.

Ahora bien aunque todavía falte afinar muchos detalles, para no sentir una cierta desesperación al enfrentarse con una voz mecánica que nos propone muchas alternativas entre las cuales, a menudo, no se encuentra la solución a nuestra necesidad, este recurso ha logrado agilizar muchas transacciones de servicios proporcionados por instituciones públicas como las oficinas de gobierno o privadas como los bancos.

A estos beneficios corresponde una paulatina transformación en la gestión y organización interna de las empresas públicas y privadas donde ha surgido la necesidad de formular nuevos perfiles de empleados y operadores capaces de satisfacer niveles de conocimiento tecnológico que anteriormente no estaban contemplados. Por ende muchos trabajadores, ajenos a estas innovaciones, se han quedado al margen de los procesos productivo desplazados por incompetencia a pesar de tener, en algunos casos, años de experiencias laborales.

Es eso un ejemplo de cómo la velocidad con la cual se ha modificado el panorama de los medios utilizados para la información ha generado una gran cantidad de problemas e interrogantes sobre el futuro no solamente de las comunicaciones sino también de la convivencia humana y las posibles disfunciones en el ámbito político y socioeconómico.

Otra característica de la actual situación ha sido la convergencia de descubrimientos que han permitido la utilización de estructuras de soporte ya existentes.

De esta convergencia el desarrollo de la telefonía móvil es uno de los ejemplos más relevantes tomando en cuenta que su progresivo posicionamiento ha sido sin duda superior a la expansión de los teléfonos fijos. La movilidad proporciona un servicio de utilidad non indiferente ya que además de resolver casos de emergencias vuelve al usuario alcanzable en cualquier momento y lugar.

En un espacio restringido, no superior a la palma de una mano, las aplicaciones más variadas están a nuestro alcance revolucionando los conceptos de tiempo y espacio, el concepto de comunicación, de trabajo y de cultura entendida como manifestación de lo cotidiano, de las interrelaciones personales, de uso y costumbres

Multitud de servicios entonces y útiles aplicaciones en un universo en el que andamos a tientas por la gran cantidad de propuestas: llega la videoconferencia, los servicios multimedia, el sonido de alta fidelidad o el *global positioning system* que nos permite localizar un lugar en el planeta tierra.

Como ya he mencionado el teléfono ya sustituye una terminal multimedia con cámara de vídeo y foto integrada , conexión a la Red, es nuestra mini oficina y nuestro lugar de diversión, capaz con un microprocesador, de almacenar millones de BIT que se transforman en datos, archivos de textos, sonidos, canciones, imágenes fijas y en movimiento, juegos y fuente de comunicación escrita inmediata.

También por el teléfono su difusión y transformación no corresponde automáticamente a una mejor forma de comunicación ya que nos encontramos con un medio que a menudo se vuelve prioritario frente a la comunicación presencial.

Si su función primaria era la de alcanzar un interlocutor lejano hoy en día el teléfono celular cumple también otras tareas menos agradables como la de controlador a distancia o de constante proveedor de diversión, limitando los campos de acción de los jóvenes por los juegos que incluye en su pantalla y, debido a la inclusión de mensajes escritos, creando una forma de comunicación hermética con sintaxis y reglas gramaticales propia bien diferentes de las convencionales.

En este panorama de evolución tecnológica y mayor difusión, solo con una toma de conciencia y reflexión sobre su utilización, los medios de comunicación podrían no ser botín de un unívoco emisor, perteneciente a la esfera del poder comercial o político.

Su autonomía de gestión además puede ofrecer una alternativa al “gran usuario”, mientras anteriormente no lo eran para el gran público, por el hecho de ofrecer la oportunidad al individuo de interrelacionarse en una sociedad virtual donde se puede generar un fermento de debate teórico sobre como utilizar las nuevas herramientas con el fin de dar soluciones a los problemas que apremian la humanidad como la lucha contra el hambre, las enfermedades y la convivencia pacífica entre los pueblos.

La tecnología a servicio de una sociedad más justa tendría que ser uno de los objetivos principales de este siglo marcado por conflictos a veces inconciliables y por intereses que siguen pisoteando la dignidad humana.

Como ejemplo quisiera mencionar una iniciativa digna de consideración que se realiza en España donde enviando el mensaje SOS al número5280 se abona una cantidad de dinero a organizaciones que se ocupan de los refugiados, a Grenpeace, a la Cruz roja o a Amnistía internacional entre otras.

Con la formula publicitaria “un SMS puede enviar esperanza” se está ofreciendo la posibilidad de ayudar a los más necesitados por medio del envío, desde un teléfono celular, de un mensaje escrito.

Una iniciativa totalmente dirigida a la “buena voluntad” individual de los usuarios de la telefonía móvil que, a pesar de no enfrentar propuestas políticas y de desarrollo, deja una luz prendida en el túnel del abandono al cual están destinadas muchas poblaciones del planeta.

La telefonía, la informática y lo audiovisual, en un marco de novedades y prestaciones novedosas, se han convertido en un futuro inmediato reduciendo tiempos y costos así como las distancias y el espacio. ¿Seremos capaces de volver a nuestro favor estos adelantos tecnológicos o sufriremos pasivamente su posicionamiento?

El flujo de información al cual se puede acceder es sin duda algo inusitado así que resulta urgente y necesario preparar a los usuarios para que adquieran la capacidad de discernir, elegir y manejar datos con mayor ponderación y de forma reservada.

¿Con cuales perspectivas, además de la meramente económica, se están elaborando planes de desarrollo y de penetración de estos nuevos instrumentos? ¿Cuales serán las peculiaridades de las nuevas formas de comunicar?

A las campañas promocionales, dirigidas sobre todo a las nuevas generaciones, presas fáciles del consumismo, valdría la pena asociar actividades relacionadas con una correcta utilización del teléfono móvil con debates sobre los aspectos psicológicos y sociológicos de una herramienta que puede generar ansia y obsesiones

Además de la competencia y lucha de posicionamiento de las diferentes empresas de telefonía móvil en los mercados internacionales parece tomar fuerza la conciencia que la convergencia de medios coincidirá con la instauración de sinergias entre las diferentes formas de comunicación creando un mercado de productos interactivos complejos enriquecidos por la contribución que cada medio, por sí solo, pueda ofrecer.

El futuro de la comunicación se concretiza entonces en la interrelación de Redes y Medios que para ser rentables necesitan de inversiones, infraestructura tecnológica y propuestas de servicios idóneos a las necesidades concretas de los ciudadanos, consumidores y usuarios.

El proceso de la digitalización

Elemento promotor de esta estación profundamente innovadora es la revolución digital, es decir el pasaje de la tecnología analógica a la tecnología numérica que ha permitido, gracias a la compresión de las señales y a su descomposición en BIT, un manejo muy articulado de los canales tradicionales utilizados hasta ahora.

Como constatamos a menudo lo digital no solo está transformando los medios tradicionalmente abogados a la diversión y el entretenimiento: la tecnología digital ha cambiado la forma de escuchar música pasando del vinílico a la cinta, al CD y al Memoristik Mp3, del video beta, vhs, hasta al DVD, de la fotografía de carrete a la tarjeta sin dejar de mencionar las grandes transformaciones del medio radiofónico y televisivo.

En la radio se aprovechan los nuevos sistemas de compresión digital logrando mayor calidad de emisión y eximiendo la señal frente de interferencias y distorsiones.

Debido al alto coste de los receptores que se necesitan implantar la DAB (Digital Audio Broadcasting) ha tardado en posicionarse. Esta tecnología, diseñada para receptores domésticos y portátiles permitirá emitir programas radiofónicos en formato digital proporcionando recepciones libres de interferencias, alta calidad de sonido además de servicios de datos e imágenes, como por ejemplo mostrar al radioescucha el título del programa o de las canciones que está oyendo.

Mientras para la TV se prevé en algunos países una fecha para su transición del analógico a lo Digital, ésta alternativa para la Radio nace como una modalidad adicional a las analógicas actuales.

El transporte de la señal utilizará el Wi-Fi y el Wimax, dos tecnologías que se usan tanto en Internet como en la televisión y en la Radio.

El Wi-Fi es hoy en día la tecnología que está más de moda ya que se usa en los sistemas wireless, tecnología sin cable, y en las redes inalámbricas, y está pensada para crear redes de ordenadores locales con un máximo de dos kilómetros de alcance, siempre y cuando no se encuentren paredes de por medio. La tecnología Wimax, en fase de despliegue, tiene un alcance que fluctúa entre los cinco y diez kilómetros y está pensada para llevar la televisión a lugares de difícil acceso como pueblos de alta montaña donde no se dispone de una central telefónica.

Al analizar el alto nivel de penetración del aparato televisivo en la mayoría de los hogares se puede prever que la difusión de lo digital, y por consecuencia de Internet, alcanzará a ser masivo en un tiempo relativamente corto justo con la sustitución de los aparatos receptores o la utilización de un decodificador apropiado.

Será el Monitor doméstico, él que anteriormente servía solo para ver la televisión, que llevará la modernidad en lo privado más que la difusión de la computadora o del teléfono celular, que cubren las necesidades de un particular sector de los ciudadanos, sean estudiantes, industriales, empresarios, comerciantes o políticos.

Al llegar a las amas de casa y a los niños la transición tecnológica adquiere una importancia social sorprendente incidiendo en el núcleo familiar modificando sus interrelaciones y por ende modificando las relaciones sociales.

La TVD (Televisión Digital) supone una revolución en la forma de ver TV: a partir de su llegada, es decir a partir de que se termine de instalar la infraestructura tecnológica adecuada, el usuario tendrá el control, a través del mando a distancia, de elegir entre una amplia oferta de servicios.

Será el fin del acceso a un restringido número de programas, vistos en forma pasiva con la sola posibilidad de intervenir cambiando canal o apagando el aparato, en pocas palabras la televisión logrará ser interactiva, personal y abierta a otras plataformas comunicativas como las que proporcionan Internet o el teléfono.

Un menú permitirá al usuario elegir entre la gran cantidad de canales temáticos que existen gracias al mejor aprovechamiento del ancho de banda, que multiplica el espacio de almacenamiento.

La TVD es una alternativa a los canales que transmiten por cable y por Satélite, además proporciona una mejor definición de las imágenes y, en relación al audio, reduce enormemente las interferencias generadas por otros aparatos electrónicos.

Para recibir la señal Digital no es necesario comprar nuevos televisores, por medio de un adaptador Digital, un *Multiplex decoder*, se puede disfrutar de múltiples servicios relacionados o no con la programación televisiva.

Las aplicaciones y los beneficios del acceso particular a Internet no serán pero tan abiertos y diversificados como lo que estamos acostumbrados a utilizar con la computadora. La navegación se limitará a servicios bajo demanda y pagos específicos.

Las políticas estatales prevén un uso de este espacio para facilitar al ciudadano la consulta de una gran cantidad de archivos relacionados con los pagos de servicios y la información ciudadana.

Los industriales y los comerciantes podrán ofrecer espacios publicitarios o ilustrativos de productos y servicios. En lo privado se podrá acceder a una videoconferencia con un familiar o con un compañero de escuela.

Lo lejano se volverá presente virtualmente en nuestro entorno inmediato

Tendremos la posibilidad de movernos entre la *T-learning*, la *T-services*, la *T-health*, la *T-Government* y la *T-Commerce* además de la *T-News* y la *T-Entertainment*.

Para la implementación de estas aplicaciones, y para mejorar la relación calidad /precio de los aparatos, se está moviendo la gran máquina internacional de la industria tecnológica así como los legisladores, políticos y administradores públicos están elaborando proyectos de leyes y procedimientos en materia de permisos y concesiones.

Se multiplican iniciativas y estudios para compartir la problemática de producción y difusión de los aparatos de TVD a corto mediano y largo plazo, solucionar requerimientos técnicos y tecnológicos e imaginar los escenarios aptos para la introducción de servicios seguros para los usuarios y los proveedores.

Los especialistas del sector, empresas públicas y privadas, están planeando con las instituciones públicas y las industrias competentes la gran difusión y lanzamiento de la TVD.

Pero, aunque se multipliquen los canales de distribución y exhibición disponibles lo más relevante será la búsqueda de nuevos contenidos. ¿Quién se hará cargo de diversificar las formas de transmitir conocimiento además de entretener o adormecer al espectador? ¿Cuál institución pública o privada dedicará tiempo y dinero para investigar las reales necesidades de una sociedad en transición tecnológica?

Se plantea así la necesidad de fomentar la participación del ciudadano común para que este nuevo medio comunicativo no se desvie solo al entretenimiento o a la evasión o a la comercialización de productos como la TV analógica ha fomentado hasta hoy.

Esta transición puede devenir una oportunidad única para revalorizar al usuario y fomentar la difusión de contenidos que propicien una convivencia tolerante y respetuosa de las diversidades.

En caso contrario nos enfrentaremos a una separación irremediable entre los que pueden acceder a la tecnología y los que quedan al margen de ella, lo cual marcará unas contradicciones difíciles de superar.

Es inevitable pensar que los avances tecnológicos están haciendo la vida más fácil, aunque no sobra el preguntarse para quienes.

En el texto de Lorenzo Vilches, "La migración digital" se encuentra una reflexión sobre los cambios sociales que están experimentando los usuarios en el campo de la televisión debido a un proceso que el autor define de "migración digital".

Estas mutaciones presuponen un paulatino desplazamiento hacia un mundo altamente tecnificado y el posicionarse de una nueva economía creada por las tecnologías del conocimiento, donde la mercancía es la información y esta adquiere el nivel de nueva identidad.

En este contexto, Vilches destaca que en la "migración digital" el mundo no se divide entre ricos y pobres, sino entre los que están informados y aquellos que han quedado al margen de estas tecnologías.

Para Vilches la presencia de las TIC, en una época dominada por la globalización de los mercados, ha generado una serie de migraciones que interfieren en distintos ámbitos entre los cuales destacan a)el imaginario tecnológico, ya que la convergencia despierta nuevos y antiguos mitos en las narraciones y contenidos de los medios; b) el lenguaje y la industria cultural, donde se promueve el debate sobre la cultura de los nuevos medios y su dependencia de las exigencias comerciales; c) las nuevas formas narrativas; en las conductas de los usuarios, que, gracias a la interactividad, se convierten en manipuladores y creadores de contenidos; y, por último la forma de conocer y encontrar las imágenes que produce la sociedad.

En esa perspectiva de transición los comunicólogos y los investigadores de la comunicación enfrentan nuevos retos que los obligan a una constante actualización y experimentación para poder encontrar un equilibrio entre el rápido difundirse de la nueva tecnología y la búsqueda de su adecuada utilización en el entorno social.

Nuevos mercados

La convergencia tecnológica entre telecomunicaciones, informática y televisión esta aumentando la posibilidad de desarrollar nuevos productos y servicios y por consecuencia, desde hace ya muchos años, esta al centro de importantes transacciones económicas.

Se supone que quien tiene el medio de transporte tiene un poder indiscutible y esto vale también para las telecomunicaciones cuyo soporte de transmisión se han transformado con las nuevas tecnologías.

Estábamos acostumbrados a que el transporte de la voz se realizara a través del cable telefónico y, el radio y la TV, a través del éter. Pero esta realidad se está invirtiendo: la televisión llega por cable y la voz por radio en los teléfonos celulares, lo cual presupone la urgencia de obtener derecho de paso, a gran escala, en todo el territorio.

Al mismo tiempo las empresas de teléfonos ofrecen programación televisiva a través de las líneas telefónicas, un centro comercial ofrece servicios bancarios a través de Internet, un banco puede ofrecer servicios de agencias de viajes y una agencia de viaje vender productos ajenos al turismo.

Esto nos da una visión de cómo en el mercado de las tecnologías de la información y comunicación la revolución en acto es imprevisible e incontrolable y de cómo surgen nuevas competencias y posibilidades de desarrollo.

El mercado tecnológico, monopolizado por grandes empresas transnacionales, presiona, con su afán de posicionar lo más novedoso y más sorprendente, no solo al ciudadano común sino sobre todo a los Gobiernos y a las industrias pequeñas y medianas: los primeros necesitan ajustar la legislación pertinente, capacitar el personal, y adecuar las dinámicas de trabajos y servicios a las necesidades de los ciudadanos y los segundos actualizar su infraestructura para no correr el riesgo de ser absorbidos por empresas cuyos funcionarios han tenido la osadía de cabalgar los adelantos tecnológicos.

Otros protagonistas de estos cambios son los gobiernos regionales que desde hace años han empezado una carrera para poderse actualizar e invertir en infraestructuras adecuadas al futuro, que ya esta presente, para detener la brecha digital que recluiría gran parte de la población en un limbo muy poco productivo.

El nuevo escenario dinámico y diversificado que plantea la transformación tecnológica nos obliga a un acercamiento multidisciplinar para estudiar y comprender los complejos aspectos de un fenómeno sin precedentes y así analizarlo e interpretarlo para poder intervenir en su desarrollo.

El reconocido investigador francés Dominique Wolton en su texto "La otra globalización" plantea la existencia de un "triángulo infernal" en el ámbito de la comunicación entre periodistas, políticos y opinión pública que no se consigue superar con el uso de las nuevas tecnologías.

En una entrevista al periódico El Mundo comentaba en propósito:

Las nuevas tecnologías permiten que todos se expresen, pero quienes se interesan por esas expresiones piensan lo mismo que quienes se están expresando. No hay diversidad, pese a lo que se publicita. En los medios masivos hay una representación del mundo que puede ser apoyada o rechazada. No se ve o se lee sólo lo que se quiere ver. Hay una diversidad obligada por una mediación. En esta mediación se forma el triángulo y seguirá siendo así. Las prácticas asociadas a las nuevas tecnologías son narcisistas, están lejos de la formación de representaciones sociales amplias.

La posición de Wolton nos remite a un antiguo debate sobre la importancia de los soportes comunicativos y su incidencia en la transmisión de los mensajes.

A pesar de reconocer las grandes aportaciones de los nuevos medios electrónicos no podemos verlos como una panacea por sí solos. El foco de atención y de interés de un proceso comunicativo será siempre el contenido de los mensajes, la claridad con la cual se transmiten y el contexto social en el cual se manifiestan.

Para una sociedad conciente

Con relación a esta problemática la Red de Internet ha representado en estos años una plataforma ideal para congresos y encuentros virtuales cuyos temas principales han sido el impacto y el futuro de las nuevas tecnologías.

En noviembre del 2004 en el Segundo encuentro virtual de la cyber /sociedad“, promovido por intelectuales y académicos de diferentes universidades de Cataluña, más de 4000 personas entre especialistas y usuarios comunes se dieron cita en la Red, por casi dos semanas, para discutir, presentar ponencias y plantear problemas relacionados con el uso de las nuevas tecnologías y los nuevos lenguajes.

“Hacia una sociedad del conocimiento” fue el lema del Congreso que los mismos organizadores definieron como una experiencia práctica de trabajo colaborativo y descentralizado, de acceso libre a la información y al conocimiento y de construcción de contenido a partir de voces distintas y distantes.

En el documento conclusivo se perfilan unas series de problemáticas e interrogantes que se relacionan con las TIC y sobre todo con lo que comporta la entrada en la era digital.

Antes de todo se manifestó que la difusión de la tecnología, su posicionamiento y marmoto que genera hoy en día en diferentes esferas sociales y privadas, nos obliga a analizar cuales son las implicaciones de su posicionamiento y utilización en el ámbito político, social y económico.

Es decir que el estudio del impacto de las nuevas tecnologías no puede deslindarse de los contextos y del sistema donde vienen aplicadas así como de su incidencia en los mercados mundiales y de la urgencia de ofrecer incentivos para su utilización en los países subdesarrollados..

Se planteó la necesidad de definir cuales políticas públicas desarrollar en la administración pública y en la administración y divulgación del conocimiento, así como la necesidad de legislar el nuevo espacio mediado por la tecnología.

Aceptada la existencia del peligro y de las consecuencias de la fractura digital se propuso la implementación de incentivos específicos dirigidos a grupos marginales o con dificultad de acceso a la nueva tecnología.

Y por último el documento mencionó la necesidad de profundizar sobre el concepto de democracia electrónica o digital es decir estudiar las alternativas para que los medios electrónicos no sean botín de algunos astutos emprendedores que los conviertan en fuente de privilegios solo para una determinada minoría.

A estos planteamientos, de extrema importancia para el desarrollo y el control del impacto de las tecnologías digitales me permito agregar un llamado de atención para los millones de usuarios anónimos que habitan el ciberespacio y que disfrutan de la era digital.

Es necesario tomar conciencia de los beneficios e habilidades que nuestra vida ha adquiridos a través del uso de la tecnología con relación a su calidad ya que un aprovechamiento correcto de los nuevos servicios puede devolvernos un tiempo precioso para dedicar a las soluciones de los grandes problemas que afligen los dos tercios de los habitantes del planeta que no pueden acceder a ella.

Notas:

¹ El porcentaje de familias con televisor varía entre las áreas continentales: 90% en América del Norte, Europa, Australia y Japón, el 80% en América Central y del Sur, hasta el 60% en Asia y el 20% en África. (Datos investigación sobre Medios de la fundación Ugo Bordón 2001)

² Desde las 7-8 líneas cada 10 habitantes en América del Norte y Europa occidental hasta 1-3 líneas por habitante en Centro y sur América, Asia y África.

Laura Rosseti Ricapito
Investigadora-Docente Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, DF, México.



© Derechos Reservados 1996- 2007
Razón y Palabra es una publicación electrónica editada por el
Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México.