



México Diciembre 26, 2011

[Inicio](#)

DE INSTRUMENTO A RACIONALIDAD: LAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN DEL DIFUSIONISMO A LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN*

Por [Manuela Rau de Almeida y Juciano de Sousa](#)

Número 62

Resumen

En la mirada teórica del Paradigma de la Modernización, el *difusionismo* fue un marco en las investigaciones y proyectos de comunicación en Latinoamérica y otros continentes. La tecnología de la comunicación era considerada un *instrumento* para el desarrollo de las sociedades. Hoy, en el paradigma de la *Sociedad de la Información*, muchos gobiernos implantan *telecentros* para disminuir la “brecha digital” y situarse mejor en los parámetros internacionales referentes al porcentaje de personas conectadas a Internet con respecto al total de habitantes. La cuestión es que en la Sociedad de la Información, la tecnología no es sólo un instrumento más, sino una racionalidad: la *tecnicidad*.

Palabras clave: Tecnologías de la Comunicación, Difusionismo, Sociedad de la Información

Abstract

In the theoretical of Modernization's Paradigm, the diffusion theory was a frame in the investigations and projects of communication in Latin America and other continents. The communication technology was considered an instrument for the development of the societies. Today, in the Paradigm of the Information Society, many governments create telecenters to diminish the digital gap and to locate themselves in better percentage of commeted people to Internet, in the referring international parameters. The question is that in Information Society, technology is not only another instrument, but one tecnic rationality.

Keywords: Communication's Technologies, diffusion theory, Information Society

1. El Paradigma de la Modernización y el difusionismo

Los paradigmas de la comunicación para el desarrollo corresponden al contexto histórico y social de una época. De esta manera, podemos decir que el desarrollo del paradigma de la modernización estaba marcado por el fin de la Segunda Guerra Mundial, donde los EUA cada vez más definían su poder económico y político sobre el mundo. El surgimiento de nuevos estados emergentes, la utilización de tecnologías y el papel centralizador del Estado, éste con programas destinados a la agricultura, a la educación y a la salud, demostraba una idea de evolución que los países subdesarrollados, destrozados por la guerra, veían como acciones favorables y como una oportunidad de mudanzas (Servaes, 2003, p.1)

En este contexto, si definimos la modernización como actitudes favorables para que se pueda una población vivir mejor, los países y la gente deben buscar modernizarse. Sin embargo, ¿cómo sucede esta modernización? Se creía que a través del aprendizaje de nuevas técnicas, los individuos podían alcanzar la modernidad. La difusión de innovaciones era este paradigma modernizador, en que los países más desarrollados difundían sus conocimientos a los países menos desarrollados, a través de determinados canales, durante un tiempo, a miembros de un sistema social. Esas nuevas ideas, prácticas u objetos que son percibidos por los individuos como algo nuevo son consideradas innovaciones.

Everett Rogers (1971), considerado el padre de esta teoría, explica que los estudios de difusión forman parte de los estudios de comunicación, pero con el tema de la transformación de ideas nuevas. Para él, el objetivo principal de las investigaciones en difusión suele producir cambios de conducta manifiesta, a través de la aceptación o el rechazo de las ideas. (Rogers, 1971, 13). En la perspectiva de Daniel Lerner (1958), uno de los más representativos autores del paradigma de la modernización, uno de los elementos centrales de ella es el concepto de “empatía”.

Lerner señala que el individuo, cuando se ve a el mismo en la situación de otra persona, puede hacer con que él refleje y que intente abandonar hábitos considerados más tradicionales. Lerner consideraba que las personas empáticas, diferente de las llamadas personas tradicionales, tienen un más alto grado de movilidad, lo que significa mayor capacidad para el cambio. Por lo tanto, según Lerner, esta movilidad estimula la urbanización, que sucede primero en ciudades industriales, que a su vez aumenta la alfabetización y consecuentemente también la participación política y económica.

De esta manera, ser moderno significa un signo positivo, en la cultura occidental, en la medida que las personas, teorías, objetos y actitudes son más modernas y actuales y parecen ser mejores que los individuos que tienen comportamientos considerados más antiguos. El antiguo o tradicional, por su parte, tiene una connotación negativa, exceptuándose las tradiciones populares, como canciones, fiestas, bailes, las bebidas y antigüedades. (Ferrer Escalona, 2002, p.131)

Everett Rogers y Shoemaker (1952, p. 40) conceptúan la modernización como “(...) el proceso en que se producen cambios en la estructura y en el funcionamiento de un sistema social”. Por lo tanto, es a través de este paradigma en que se puede conseguir algún cambio en las sociedades. En este sentido, un país moderno comprende el nivel de desarrollo económico y de crecimiento como siendo fundamental para alcanzar transformaciones.

Para Wilbur Schramm, profesor de la Universidad de Stanford e investigador en el área de comunicación (1970, p. 47), la esencia del desarrollo económico es el aumento de la productividad económica de la sociedad, y el sector más productivo de la sociedad moderna es el industrial. La dinámica del desarrollo es, entonces, ahorrar e invertir, que está relacionada con la propuesta de la difusión de innovaciones transmitida de los países desarrollados a los menos desarrollados. Por otra parte, el crecimiento es una inversión de la producción del país y del aumento de la población y tanto el desarrollo económico como el crecimiento deben estar ligados entre sí. De esa manera, se alcanza la modernización.

1. Los medios de comunicación en el difusionismo

Las diversas discusiones sobre el tema del difusionismo tienen una finalidad, que es la tentativa de utilizar los medios de comunicación para cambiar las actitudes y comportamientos de las personas y países que no son considerados modernos para que se conviertan en modos de vida más desarrollados, alcanzando el crecimiento y el progreso.

Schramm (1964, p. 178), citado por Ferrer Escalona (2003, p. 135) señala que los medios de comunicación pueden crear un clima que favorezca el desarrollo, pues facilitan información, exponen los problemas existentes, interfiriendo, así, en nuevos costumbres y en nuevas prácticas sociales. Diseminando noticias que sean interesantes a la comunidad, enseñando los nuevos equipamientos modernos que ayudan a mejorar la producción de agricultura, presentando reportajes económicos, políticos, sociales y culturales, los medios pueden estimular a la gente que tenga otra visión del mundo y de sus propias praxis cotidianas.

La comunicación, frente a este desarrollo modernizador, estaba entendida y practicada en la perspectiva de los países industrializados del Norte. Estos países eran los que disponibilizaban el acceso al conocimiento de los países del Sur que, a su vez, deberían dar por merecer toda esta “ayuda”, poniendo estas ideas en la práctica cotidiana del desarrollo de sus acciones, como bien advierte Robert White:

La comunicación es un proceso de incorporación de los países en desarrollo dentro del sistema comunicativo mundial para la difusión de la tecnología industrial, las instituciones sociales modernas y el modelo de sociedad de libre mercado (White, 1992, p. 42)

De este modo, la función de la comunicación consistía en aculturar y persuadir la población latinoamericana a través de la exposición de contenidos y estrategias desarrolladas que favoreciesen el cambio, permitiendo a las sociedades acceder a las nuevas ideas favorables al progreso, a realización personal y al consumo. La transición del tradicionalismo a la modernidad, así, se daría en un proceso de paz, sin conflictos. En este sentido, los medios de comunicación representaban la expresión de la modernidad social y económica (Pereira G et. al, 1998, p. 125)

En este paradigma, la comunicación estaba respaldada en el funcionalismo y en los modelos económicos liberales. En consecuencia, era vista y practicada de manera unidireccional y vertical, donde las personas no participaban del proceso de decisión y mucho menos había participación en las discusiones que competían a su propio desarrollo. Los individuos que estaban submetidos a esto no tenían voz activa, siendo pasivos, persuadidos y manipulados. Es decir, la comunicación era un instrumento y no un proceso.

Por otra parte, se consideraba que la tecnología era una herramienta que favorecía el desarrollo de las poblaciones. Pero no debemos olvidar que toda innovación, sea en el área de educación, agricultura, salud, etc. trae un poco de riesgo, pues el individuo no tiene seguridad con relación a la efectividad de la innovación. Por lo tanto, los medios de comunicación también son utilizados no solo para que se tenga el conocimiento de la innovación, como también para reforzarla, aunque sabemos que es más fácil que el individuo sea persuadido de acuerdo con un mensaje que se asemeje más entre la fuente y el receptor. Resulta relevante, así, la utilización de forma adecuada de las estrategias de comunicación.

1. Principales críticas a la Modernidad

Delante de lo expuesto, percibimos que hubo tres aspectos donde fueron más utilizadas la comunicación en este paradigma: en la planificación familiar, en la difusión de innovaciones en el campo y las nuevas tecnologías educativas. Por lo tanto, los comunicadores no solo se dirigieron contra el subdesarrollo económico, como también tentaron establecer estrategias contra la

explosión demográfica, mejores técnicas de producción agrícola y contra el analfabetismo de la población. Campañas de persuasión publicitaria fueron mucho utilizadas para llegar a estos fines. (Pereira G et. al, 1998, p. 125)

El agricultor, por ejemplo, mediante el aprendizaje de las nuevas técnicas que permitirían una mejor producción y un mejor aprovechamiento del tiempo y de la tierra, viviría mejor. Este era el pensamiento difusionista. ¿Pero será que esto realmente sucedió? El problema es que los difusionistas no percibieron la importancia de analizar el contexto histórico y cultural de estas poblaciones del Sur, como explica Gumucio Dagron, especialista en el área de comunicación para el desarrollo con experiencia en África, Asia, América Latina y el Caribe:

(...) ellos no se dieron cuenta que la pobreza del Tercer Mundo no se debía solamente al campesino que no pudiera inventar otra mejor manera de producir su tierra, porque a los campesinos les tocaban la peor tierra, vivían en una situación de injusticia, que tenía que ver con la educación, con el acceso a la información, con muchas otras cosas y ellos querían solucionar esto solamente por el lado del acceso de la información, pues creían que si este campesino sabe más, va producir mejor y va mejorar su calidad de vida. (Gumucio Dagron, 2006)

Entonces, ¿el desarrollo fue para quién y con qué finalidad? Nos parece que fue solo una estrategia de las elites para mantener su poderío económico y social delante otros países, además de mantener un discurso de que los países desarrollados saben lo que conviene a los otros países en vías de desarrollo. Por otra parte, de cierta manera intentaron crear espacios para que estos países pudiesen modernizarse, algo que logró poco éxito. Es cierto también que no llevaron en consideración los contextos de cada país para la implantación de la difusión de innovaciones.

Se cuestionaba la teoría de la modernización por su incapacidad para explicar la dinámica de funcionamiento de las sociedades tradicionales a las sociedades modernas, como si todas las sociedades desarrolladas tuviesen que pasar por el mismo proceso para llegar a ser moderna¹. Algunos autores, como Norma Stoltz, afirman que esta es una concepción de cambio unilinear y ahistórica, sin preocupación con el contexto histórico de cada sociedad. (Stoltz, 1984, pp. 147-148)

Consideramos que este es el mismo punto de vista de Salette Tauk, investigadora y profesora del master en Extensión Rural y Desarrollo Local, en Brasil. La autora señala que los cambios en las sociedades rurales suceden a través de acciones exteriores a su proceso de desarrollo, mediante la difusión del modelo de agricultura industrial de los Estados Unidos para ser implantados en países latinoamericanos, como es el caso de Brasil, y no por cambios internos, orgánicos, donde realmente tendría la capacidad de cambiar alguna estructura socio-económica y política en estas sociedades (Tauk, 1994, p. 52). Este hecho nos enseña que solo se llega a la modernidad si son adoptadas acciones de que consideren el local, el saber de esta gente, lo que realmente necesitan.

4. La sociedad de la información

Si el difusionismo de las innovaciones tecnológicas ha marcado lo que proponía la modernización, en la época contemporánea, dicha “pos-industrial”, el nuevo modelo de desarrollo es el *informacional*, donde las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs) son responsables por la producción de la *sociedad en red* y las empresas-red (Castells, 2003). En el momento en que los países menos desarrollados participan, en los años 70, de proyectos apoyados por organismos internacionales de cooperación con el uso de la radio, de la imprenta y otros medios de comunicación, el Japón iniciaba su plan para responder al desafío de las nuevas tecnologías. En 1971, pone en marcha bajo la mirada atenta de los demás países industriales, un plan de “sociedad de la información”, elaborado por el Japan Computer Usage Development Institute (Jacudi) (Mattelart, 2002, p. 108).

Con la crisis enfrentada por los países occidentales, por la extinción del modelo de crecimiento industrial, el relatório de Simón Nora y Alan Minc para el gobierno francés propone que la informática y su convergencia con las telecomunicaciones puede agravar o contribuir para la solución (Mattelart, 2002, p. 113). La información, la informática, los bancos de datos, los satélites y las telecomunicaciones pasan a ser problemas de independencia o dependencia de las naciones, pues posibilitarán y amplificarán la circulación de los flujos sin fronteras. La posición del libre flujo de las informaciones (*free flow of data*) es defendida por los gobiernos norteamericano y británico, pero no por Francia y varios de los países subdesarrollados. El debate se extiende a la UNESCO, presidida por el Nobel da Paz, Sean McBride, cuyo relatorio en contra al libre flujo y por una “Nueva orden de la Información y de la Comunicación” (Nomic), hace los EEUU y Reino Unido retiraran su apoyo al organismo de la ONU (Mattelart, 2002, p. 122).

En los documentos y propuestas de los organismos internacionales el término “sociedad de la información” va ganando fuerza y los organismos con tendencia más técnica (como la Unión Internacional de Telecomunicaciones) van fortaleciéndose sobre las de vocación más cultural como la UNESCO (Mattelart, 2002). La Unión Europea empieza sus ajustes sobre las redes de información de los países miembros, en 1987, con el Libro Verde. Y los EEUU impulsan su programa National Information Infrastructure en 1993, pero ya en 1994, Al Gore propone la construcción de una Global Information Infrastructure (GII) (Mattelart, 2002, pp. 127-28), en pauta la abolición de los monopolios nacionales de telecomunicaciones.

El proceso capitaneado por los Estados Unidos es clasificado por Gaëtan Tremblay como “sueño norteamericano de la nueva frontera”.

Para lograr sus objetivos, el gobierno norteamericano había adoptado una estrategia fundada en cinco principios: la inversión privada, la competencial, el acceso abierto, un marco regulatorio flexible y el acceso universal. No sólo se felicita del éxito de su política en su propio país, sino que se vanagloria de haber logrado imponerla a todo el mundo (Tremblay, 2005, pp. 55-56).

Toma cuerpo un modelo de capitalismo informacional “libre de atritos” (Mattelart, 2002), o sea sin atrito con las políticas de los estados-nación, en una relación directa mercado-consumidor. Si borra la figura del ciudadano y surge el “cliente” (Tremblay, 2005). El mediador colectivo caracterizado por el Estado-nación tiene su fin decretado. “Los mercados monetarios mundiales son tan poco controlables por los Estados como las masas de datos de las redes mediáticas, pero sus especuladores influyen en la política” (Pross, 1999, p. 334). Y las virtudes cardeales de la sociedad informacional, según Mattelart (2002, p. 150), son “descentralizar,

‘globalizar’, ‘armonizar’ y ‘donar pleno poder para hacer’, o sea, el *empowerment*. Pero hace una pregunta: “¿Él dona pleno poder a quién? Al individuo-electrón libre y soberano en un mercado libre” (Mattelart, 2002, p. 150).

No solo los estados nacionales pierden su identidad y sentido con la lógica de la sociedad informacional en red, como los organismos consensuales dentro de las Naciones Unidas (ONU) salen del centro de las decisiones mundiales. Su espacio viene siendo ocupado por “nuevo club de los mega-poderes”, según Antonio Pasquali: el Fondo Monetario Internacional (FMI), Banco Mundial, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Organización Mundial del Comercio (OMC) e Grupo de los Ocho (G8), en que el voto de los países ricos vale 1.322 veces más que el voto de los países más pobres (Pasquali, 2003, p. 19). El tema mismo de la Comunicación, antes a cargo de la UNESCO, pasó a la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) bajo el nombre de “información”. De las organizaciones de Naciones Unidas, “talvez sea la mas avanzada en términos de privatización, con 189 países-miembros, 660 miembros do sector privado y ninguna organización fue representando la Sociedad Civil” (Pasquali, 2003, p. 20).

5. Las TICS e los programas para disminuir la “brecha digital”

Por ironía, la UIT fue nombrada responsable por la organización de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, en Ginebra (2003) y Túnez (2005). Según Sally Burch, de la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI), poco se logró de una cumbre hacia la otra. “No obstante su pretensión de ser la ‘cumbre de las soluciones’, en muchos aspectos se limitó a reafirmar lo aprobado en Ginebra hace dos años.”² El tema de la disminución de la “fractura digital” entre los países ricos y pobres, según Burch, quedó con la proposición de la busca por la inversión privada para la creación de infraestructura. Sin embargo hubo alguna apertura, pero sin aclarar las políticas públicas relacionadas con las TICs para el desarrollo.

Además, se afirma la necesidad de financiar otras áreas además de la infraestructura, incluyendo capacitación, creación de contenidos (especialmente locales), entre otras. Se ha establecido un vínculo entre las TIC y las Metas de Desarrollo del Milenio, particularmente en la reducción de la pobreza; y se reconoce la importancia de elaborar políticas públicas en la materia. También se ha señalado un respaldo a la reducción de las tarifas de interconexión para los países del Sur y la conveniencia de crear sistemas de interconexión intrarregional, para reducir costos.³

El problema es que gran parte de la Cumbre se habló de Internet, cuando los grupos de la Sociedad Civil pensaban en propuestas para toda la estructura de comunicación y de medios, cuya base de hoy para el futuro será el digital. Así que la “libertad de comunicación” comprendida como “libre flujo de información” o su libre acceso, donde el mercado sea su auto-regulador, no da legitimidad a las tentativas de políticas públicas nacionales y regionales.

No hay espacio para se cuestionar cual el papel del Estado delante de los sistemas de información y comunicación, en vista de la preservación de los espacios de expresión ciudadana, segregados por las lógicas del mercado y de la técnica (Mattelart, 2002, p. 156). “Las formas sociales que adoptaran las redes sólo ampliarán las separaciones entre las economías, las sociedades, las culturas repartidas según la línea de demarcación del desarrollo” (Mattelart, 2002, p. 157).

Asimismo, con todos los avances de la conectividad de los países, los países del Norte concentran los hosts (redes conectadas a Internet – Figura 1). En términos de usuarios de Internet, hay un alto nivel de concentración. En 2004, 63% de la población de los EEUU tenía acceso a la Internet; en Reino Unido, 62,88%; en Suecia, 75,46%; en España ha pasado de 14% en 2000 para 33,18% en 2004. Sin embargo, países como Somalia, Tajikistán, Uganda, Nepal, Níger, Madagascar tiene menos de 1% da población conectada a rede mundial de ordenadores. En Sudamérica, Brasil tiene 12,18% de la población con acceso; Bolivia, 3,9%; Argentina 16,1%; Venezuela, 8,84%; Uruguay, 20,98%; Perú, 11,61%; Paraguay con 2,49%.⁴

Figura 1: posición de los países por número de hosts

	País	Janeiro 06
1º	Estados Unidos*	257.273.594
2º	Japão (.jp)	24.903.795
3º	Itália (.it)	11.222.960
4º	Alemanha (.de)	9.852.798
5º	Holanda (.nl)	7.258.159
6º	França (.fr)	6.863.156
7º	Austrália (.au)	6.039.486
8º	Reino Unido (.uk)	5.778.422
9º	Brasil (.br)	5.094.730
10º	Taiwan (.tw)	3.943.555

Fuente: Network Wizards 2006 in www.nci.br

En esta desigualdad estructural, proporcionada por el modelo de sociedad de la información de carácter pos-industrial, parece no haber salidas. Primero es que “los territorios no conectados a Internet pierden competitividad económica internacional y, por consiguiente, forman áreas crecientes de pobreza, incapaces de sumarse al nuevo modelo de desarrollo” (Castells, 2003, p. 264-265). El según aspecto é tratado por Armand Mattelart (2002, 160): “Los países no industrializados que deciden deliberadamente emprender una marcha forzada rumbo a la era de la información adopten una estrategia no sólo elitista mas también autoritaria”. El miedo de quedarse aislado conlleva los países a pensar en el modelo de información de desarrollo como un carácter casi redentor, pero esta es la capa sob la lógica de la mentalidad del mercado (Mattelart, 2002). “Con la progresiva globalización de la telecomunicación, las industrias interesadas en ella están más seguras cuando convierten a la misma economía de señales en mito” (Pross, 1999, p. 345).

6. Las tecnologías de la comunicación como nueva racionalidad

El hecho es que el mito de la sociedad conectada y en red se ha cambiado en el nuevo Proteu (Mattelart, 2002). “La empresa-red es promovida a símbolo del fin de la contradicción entre el trabajo y el capital que ha limitado la era industrial” (Mattelart, 2002, p. 154). En la crítica de Mattelart a Manuel Castells, apunta que la “meritocracia” de la sociedad en red (sólo van a quedar los mejores y más capacitados trabajadores), defendida por el sociólogo, pone en vacío el “cibermundo” de sus agente sociales, pues el trabajo solo es visto mediante su relación técnica (2002, p. 154).

La técnica digital (la conversión de toda y cualquier información textual, sonora y en imagen en el código binario 0 o 1) se ha convertido en la posibilidad de una sola lengua matemática con capacidad para traducir todas las otras en el ciberespacio de Internet. El culto a la racionalidad, la perfección, la “verdad” de los números no es de ahora. “Para Leibniz y sus contemporáneos, la búsqueda de métodos de cálculo más rápido visa responder a las exigencias de la formación y del desarrollo del capitalismo moderno” (Mattelart, 2002, p. 13). Fue importante para la fundamentación del paradigma de la sociedad de la información, el enfoque en las prácticas tecnológicas industriales, principalmente a partir del cálculo de los ordenadores, de los estudios del economista franco-americano Marc Uri Porat. “Porat centra su atención en los sistemas de información (ordenadores y telecomunicaciones). De eso resulta una definición de la información inscrita en la más pura tradición del estoque numérico: ‘cantidades de datos (data) que fueron organizados y comunicados’”. (Mattelart, 2002, p. 70).

No solo la cultura del ordenador, pero también los medios masivos de información han posibilitado las bases de la construcción de la racionalidad técnica como organizadora de la sociedad, de las relaciones sociales, de la política sob el auspicio del mercado.

Los consorcios mediáticos anuncian así, a nivel multinacional y multimedial, con tácticas regionalmente votadas, la primacía del mercado mundial sobre el Estado. Esto es todavía un argumento racional, pues las consecuencias de la primacía se pueden tocar con las manos. “El mercado”, sin embargo, se personifica como fuerza inevitable del destino (Pross, 1999, p. 345)

La racionalidad técnica se organiza en la lógica del “consumo”. La primacía se toca por intermedio del consumo. En la política, el ciudadano es el “cliente” del Estado ya denunciaba Tremblay sobre la estrategia global estadounidense (2003). La comodidad del consumir en directo es lo que las tecnologías van a ofrecer en el “capitalismo libre de atriots”. En el *comercio en línea*, los vendedores ofrecen más informaciones sobre sus productos y servicios y los consumidores retribuyen con sus informaciones sobre gustos y prácticas de compra, que quedan almacenadas en potentes bancos de datos (Mattelart, 2002). Los medios masivos informativos antecesores de Internet, principalmente la televisión, el radio y la imprenta, han constituido desde la mitad del siglo XX una cultura mediática. Cultura en que, según Maria Cristina Mata, más que “saber inmediatamente” se puede “saber antes”, una capacidad de anticipación potencializada por las técnicas de información, que instaura una nueva dimensión de lo real: “lo real informativo” (Mata, 1999, p. 86). Lo que pone los medios masivos en la centralidad, hoy, de los análisis y también de las políticas de inclusión digital. En su carácter, los medios no sólo transportan sentidos, sino se constituyen “marca, modelo, matriz, racionalidad productora y organizadora de sentido” (Mata, 1999, p. 85).

7. Algunas consideraciones

Ante lo expuesto, el difusionismo fue una corriente que tuvo su sentido, en la época que sucedió, pero que no ha tenido la preocupación de entender la realidad de los países del Sur, que estaban en condiciones sociales, económicas y políticas muy diferentes de los países desarrollados. La tecnología, utilizada para el desarrollo, infelizmente, poco cambió la realidad de vida de las poblaciones atendidas, que actuaban solamente como mero receptores de comunicación.

Por otra parte, en la contemporaneidad, en que las tecnologías de la comunicación e información tienen un protagonismo en la política, en la economía, en la cultura y en la sociedad, no se puede dejar de contestar sus lógicas, sus fuentes y sus objetivos. La participación ciudadana en el desarrollo no puede tener los medios sólo en la lógica del acceso, del consumo de mercado, sin posibilidades concretas de participar en la elección de las políticas. Cuando el pueblo deja de manifestarse, de posicionarse en la calle, en los espacios públicos y organismos nacionales o transnacionales por miedo de la violencia, de la guerra, del terrorismo y por la inseguridad económica, se abre espacio para la desagregación.

Jesús Martín-Barbero afirma que “la fragmentación de la ciudadanía es entonces tomada a cargo por el mercado que, mediante el rating, se ofrece a la política como su mediador” (2004, p. 30). Las políticas de combate a la fractura digital o políticas de inclusión digital no pueden quedarse solamente relacionadas con la conexión en Internet y los ordenadores, como instrumentos de capacitación y formación de la gente excluida, sino articularse con las formas mediáticas culturalmente ya desarrolladas. “Internet tiene más posibilidades de dar frutos como instrumento de desarrollo y de participación se estuviera relacionada a experiencias de comunicación y de información ya existentes” (Gumucio Dagron apud Mattelart, 2002, p. 164).

Y también es necesario que las investigaciones en comunicación hagan el rescate de la técnica como racionalidad, como perspectiva de conocimiento que no quede sólo a cargo de los burócratas y productores de *softwares* y *hardwares*. Es lo que podemos destacar de las palabras de Jesús Martín-Barbero al tratar la racionalidad de la técnica, o sea, la *tecnicidad* como posibilidad de desarrollar en las culturas la participación, reconociendo el valor de sus tiempos y sus procesos y en el protagonismo sociopolítico y económico:

Pues cada cultura, por pequeño que sea el número de sus miembros, tiene un sistema técnico que se basa en una determinada “tendencia técnica”, que es lo que nombra la palabra tecnicidad, dando así el salto a pensar el carácter estructurador que la tecnología tiene en la sociedad. En la sociedad actual la tecnicidad es un sistema cuyas dinámicas globalizadas y globalizadoras producen aún diferentes tendencias (Martín-Barbero, 2004, p. 25).

CASTELLS, M. (2003): "Internet e sociedade em rede", MORAES, D. *Por uma outra comunicação*, Rio de Janeiro, Record.

FERRER ESCALONA, Argelia (2003): *Periodismo científico y desarrollo: una Mirada desde América Latina*, Venezuela, Universidad de los Andes, Ediciones del Rectorado.

GUMUCIO DAGRON, A. Alfonso Gumucio Dagron: depoimento [jul. 2006]. Entrevistadora: Manuela Rau de Almeida Callou. São Leopoldo: Porto Alegre, 2006. 1 cinta cassette (50 minutos e 43 segundos), estéreo. Entrevista concedida al tema de tesis *Comunicación para el desarrollo de la entrevistadora*, UAB-Barcelona.

LERNER, Daniel (1958): *The passing of the traditional society: modernizing the Middle East*, Nova York, The Free Press.

MARTÍN-BARBERO, J. (2004): "Razón técnica y razón política: espacios / tiempos no pensados", Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, núm. 1, São Paulo. Págs. 22-37.

MATA, M. C. (1999): "De la cultura masiva a la cultura mediática", Revista Diálogos de la Comunicación, núm. 56, Lima, FELAFACS. Págs. 81-91.

MATTELART, A. (2002): *História da sociedade da informação*, São Paulo, Loyola.

PASQUALI, A. (2005): "Um breve glossário descritivo sobre comunicação e informação", MARQUE DE MELO, J.; SATHLER, L. *Direitos à comunicação na sociedade da informação*, São Bernardo do Campo-SP, Umesp.

PEREIRA, J. M. et. al (1998): "La comunicación en contextos de desarrollo: balances y perspectivas", Revista Signo y Pensamiento, núm. 32, Colombia. Págs. 119-138.

PROSS, H. (1999): *Atrapados en la red mediática*, Hondarribia-Gipuzkoa, Hiru.

ROGERS, E. y SHOEMAKER, F. (1971): *La comunicación de innovaciones: Un enfoque transcultural*, Mexico/Buenos Aires, Centro Regional de Ayuda Técnica.

SERVAES, J. (2003): Communication for development approaches of some governmental and non-governmental agencies, SERVAES, J. *Approaches to development: studies on communication for development*, Paris, UNESCO.

SCRAMM, Wilbur (1970): *Comunicação de massa e desenvolvimento: o papel da informação nos países em crescimento*. Tradução de Muñiz Sodré e Roberto Lent, Rio de Janeiro, UNESCO.

STOLTZ, N. (1984): Interpreting social change in Guatemala: modernization, dependency and articulation of modes of producción, CHILCOTE, R. Y DALE J. *Theories of development: mode of production or dependency?* Beverly Hills, London, New Delhi, Sage.

TAUK SANTOS, M. S. *Igreja e pequeno produtor rural: a comunicação participativa no programa CECAPAS/SERTA*. 1994. 304 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

TREMBLAY, G. (2005): "La sociedad de la información y la nueva economía: promesas, realidades y faltas de um modelo ideológico", MARQUES DE MELO, J.; SATHLER, L. *Direitos à comunicação na sociedade da informação*, São Bernardo do Campo-SP, Umesp.

WHITE, Robert (1992): "Análisis cultural en la comunicación para el desarrollo: el rol de la dramaturgia cultural en la creación de una esfera publica", Diálogos de la Comunicación, número 34, Lima. Págs. 42-57.

Notas:

* Texto presentado en las XIII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación, Zaragoza, España, 26 y 27 de octubre de 2006.

1 Los Estados Unidos, por ejemplo, nunca fueron una sociedad tradicional y ni pasaron por estos cambios hacia llegar a la modernidad.

2 Sally Burch. CMSI: Modestos logros, muchas incertidumbres. Disponible en: <<http://alainet.org/docs/9815.html>>. Acceso en 10/04/2005.

3 Sally Burch. CMSI: Modestos logros, muchas incertidumbres. Disponible en: <<http://alainet.org/docs/9815.html>>. Acceso en 10/04/2005.

4 Porcentual de usuarios del Internet, por país, según estimativas de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). 48. Personal computers in use per 100 population and Internet users per 100 population. Disponible en: <<http://mdgs.un.org/unsd/mdg/Data.aspx>> Acceso en 24 de agosto de 2006.

Manuela Rau de Almeida Callou

Doctoranda en Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la UAB.

Sousa Lacerda Juciano de

Doctor en Ciencias de la Comunicación en el PPGCom/Unisinos (2008) con apoyo de la Capes (Brasil), con Doctorado Sandwich en la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesor Titular de la Asociación Educacional Luterana Bom Jesus/IELUSC y investigador del Núcleo de Estudios de la Comunicação (Necom), del grupo de investigación Procesos Comunicacionales (Unisinos/CNPq/Capes) y del GrupCiber - Grupo de Pesquisa em Ciberantropologia (PPGAS/UFSC/CNPq).