

Cultura, globalización y nuevas tecnologías de comunicación

Enrique González-Manet

Investigador. Instituto Cubano de Radio y Televisión.

La información y la cultura, la educación y el trabajo creador, pasan cada vez más, a nivel internacional, por las nuevas tecnologías de comunicación. Con ello se inicia en el mundo una nueva fase de transmisión y flujos de mensajes masivos de una intensidad y alcance hasta ahora no conocidos. Lo que hace dignos de estudio estos procesos es que las manifestaciones relacionadas con la cultura popular (como el cine, la música y el video) son generadas por un reducido número de grandes empresas productoras y distribuidoras basadas en el entretenimiento y el lucro comercial, a escala mundial.

Los cambios son irreversibles y deben asumirse sin tardanza mediante políticas articuladas de educación, información y cultura, por razones prácticas y estratégicas, pues aún los países subdesarrollados solo representan el 15% de los medios de comunicación, el 5% de las computadoras y el 3% del acceso a las redes interactivas de Internet, según cifras de la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

Se trata de datos y verificaciones de organismos que resulta de interés citar. Muchas de estas referencias provienen de entidades con una postura ausente de

radicalismos; por el contrario, son organismos serios que forman parte de las estructuras transnacionales de poder o cuentan con prestigio internacional, como el Instituto Internacional de Comunicación, el Banco Mundial, la Fundación Friedrich Ebert y la División de Pronósticos Estratégicos de la UNESCO. Veamos algunas indicaciones sobre la Unión Europea, Inmarsat y el Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas (PNUD).

Después de veinte años, Inmarsat, organización intergubernamental responsable de las transmisiones móviles vía satélite de tierra, mar y aire, se convirtió en la primera de su tipo en transformarse en empresa privada, tendencia que sería seguida, en corto plazo, por INTELSAT y EUTELSAT. Ello significa que estos sistemas mundiales de transmisión por satélites dejan de ser un servicio público con derechos iguales para todos los países, y se convierten en empresas comerciales de carácter rentable y propósito utilitario.

Una de las medidas recientes de Inmarsat ha sido acelerar la competencia de mercados al lanzar un nuevo sistema telefónico móvil de tipo inalámbrico con formato multimedia y alcance global, que opera como

una microcomputadora con *modem* integrado. Sus servicios incluyen correo electrónico, videoconferencia, transmisión de imagen y comunicación Intranet, pero su costo, por el momento, queda fuera del alcance de muchos países subdesarrollados.¹

Pese a ciertas contradicciones, la Unión Europea se encamina también por la vía de la modernización y la competencia: para el primero de enero del 2002, el Sistema Universal de Telecomunicaciones Móviles deberá estar disponible en toda la región. Este sistema permitirá llamar por teléfono, consultar Internet con total autonomía y transmitir datos sin necesidad de hilo o cable, para lo cual se establecerá una norma universal.²

Sin embargo, pese a sus avances, la Unión Europea constituye un ejemplo de concentración extranjera y de hegemonía global del control de mercados, pues se ve obligada a importar productos electrónicos y computadoras que representan el 56% del total de sus necesidades. Estas importaciones proceden en un 40% de los Estados Unidos y en un 12% del Japón, lo que eleva los insumos en este sector a unos 55 000 millones de dólares anuales, según cifras de 1997.

Modernización y desarrollo humano en 1999

El Programa de Naciones Unidas sobre el Desarrollo (PNUD), elaboró un exhaustivo Informe sobre desarrollo humano, en 1999, en el que se evalúan las transformaciones introducidas por las nuevas tecnologías de información y telecomunicaciones y se analizan, a la vez, los grandes problemas sociales prevalecientes en diversas regiones del mundo.³

Pocas veces —con excepción de estudios globales como los presentados por la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO), la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT)—, los investigadores y expertos tienen la oportunidad de contar con un caudal inobjetable de datos y referencias tan valiosos para el diagnóstico y la identificación de tendencias, así como para la definición de estrategias a corto y mediano plazos.

En sus dos primeros capítulos, el Informe del PNUD descubre y, sobre todo, esclarece la interacción existente entre globalización y subdesarrollo, y sus efectos sobre la economía, la educación y la cultura, aspectos poco presentes en la bibliografía internacional. Uno de sus principales aportes consiste en establecer la mutua relación entre los procesos actuales de modernización, desestatización, privatización y libre mercado.

La mundialización, afirma el texto, crea una nueva interacción entre los países, las economías y los pueblos, y rebasa las fronteras en materia de economía, tecnología, cultura y estructura de gobierno. Pero,

además, fragmenta los procesos de producción, los mercados de trabajo, las entidades políticas y las sociedades. Y si bien tiene aspectos positivos, innovadores y dinámicos, también los tiene negativos, perturbadores y marginantes.

Al panorama deslumbrante e incitador del acceso multimedia y la telecomunicación autónoma e instantánea, el PNUD opone otra realidad, caracterizada por enormes privaciones y desigualdades. Para comenzar, solo el 3% de la humanidad comparte el uso de las nuevas tecnologías. Y de esta cifra exigua, un 3% corresponde a los países subdesarrollados. La razón de este desequilibrio se debe a que la pobreza es más universal que la globalización de las transmisiones.

Según el PNUD, casi 1 300 millones de seres humanos no tienen acceso al agua corriente, uno de cada siete niños no asiste a la escuela, más de 840 millones de personas están desnutridas y padecen hambre, unos 1 400 millones viven con ingreso diario inferior a un dólar, y las mujeres representan más del 60% de los analfabetos —calculados en 1 200 millones— y están casi excluidas de la vida política.

Mientras tanto, once grandes corporaciones transnacionales (seis japonesas, cuatro norteamericanas y una inglesa), tienen ingresos anuales por un trillón trescientos mil millones de dólares, cifra superior al Producto Interno Bruto conjunto de once países importantes como Tailandia, Noruega, Arabia Saudita, Polonia, Sudáfrica, Grecia, Malasia, Israel, Colombia, Venezuela y Filipinas.

Causas políticas, técnicas y económicas convergen en estos fenómenos, entre estas la rapidez de las comunicaciones y del transporte, el aumento de las inversiones directas en sectores priorizados, la desregulación estatal y la privatización generalizada de los recursos nacionales. Un factor de creciente importancia en la década actual son los procesos masivos de fusión y absorción entre empresas gigantes, los cuales aumentaron de 11 300, en 1990, a 24 600, en 1997. El monto actual de estas transacciones transnacionales es hoy de más de 350 000 millones de dólares.

Ejemplos recientes son Netscape y America On Line, Mobil Oil y Exxon, Chrysler y Daimler/Benz, y la MCI y Sprint, la mayor megafusión de la historia, ascendente a 129 000 millones de dólares, realizada entre las dos mayores empresas de telecomunicaciones del mundo, ambas norteamericanas.

Avances de la informática y la cultura mundial

Estas tendencias, de las que se habla poco, explican por qué muchas corporaciones superan en poder

económico a grupos de países, lo que les permite transformar procesos y estructuras a nivel mundial, y dictar las condiciones de las relaciones internacionales de producción, distribución y comercialización. Un signo relevante es que, al mismo tiempo, se ejerce una presión constante para eliminar o reducir las políticas públicas que pudieran compensar estos desequilibrios.

La aceleración de las transmisiones por satélites, redes ópticas, fax, correo electrónico, teléfonos celulares multimedia e Internet, han hecho, en pocos años, que la cultura adquiera primer rango económico. Un estudio de la UNESCO indica que el comercio mundial de bienes culturales —incluidas las ediciones de literatura, música, artes visuales, plásticas, cine, radio, televisión y video— se estima en más de 300 000 millones de dólares y sigue creciendo a una tasa del 20% anual.

Se considera que la mayor industria de exportación de los Estados Unidos es el entretenimiento, los filmes y la televisión. Este país exporta el 65% del mercado mundial de largometrajes, según el Anuario Estadístico de la UNESCO, de 1998. Una sola película, *Titanic*, en un solo año, recaudó más de 1 800 millones de dólares; el largometraje de animados *El Rey León*, de la corporación Disney, ingresó 1 500 millones de dólares.

Junto con las telecomunicaciones y la informática, la industria cultural es una de las que concentra, en más alto grado, la producción, distribución y comercialización. Y mientras en muchos países las industrias locales de la recreación están desapareciendo ante el control transnacional de mercados —incluso en Europa— en otros se consolida un predominio casi total de los filmes, la música y la televisión. Un ejemplo es el canal MTV, de la corporación Viacom —propiedad de un solo dueño, como en el caso de Microsoft—, que llega a más de 2 000 millones de personas en todo el mundo.

¿En qué contexto se producen estos fenómenos? ¿Cómo encaja la comercialización de la cultura y los conocimientos, del entretenimiento y los datos, en el nuevo paisaje de la globalización? El Informe del PNUD es directo y concreto: afirma que está surgiendo una nueva estructura de gobierno mundial, que es motivo de preocupación para numerosos países, pues la economía se halla en manos de las principales potencias industriales, de las corporaciones gigantes y de instituciones internacionales, como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo. Su objetivo es garantizar el libre mercado y la propiedad privada en una situación en la que el 80% de la población mundial —agobiada por la deuda externa— representa menos del 20% del Producto Interno Bruto del orbe.

Estos son factores que no pueden ignorarse a la hora de luchar por la educación, la identidad y las ideas,

ya que en el último decenio se han formado supercorporaciones y grupos de poder que formulan, de facto, la política económica y cultural, algunos de cuyos efectos se aprecian en la transformación de los sistemas de producción, el nivel de empleo, la cultura de comunidades completas y el comercio local.

Las desigualdades de ingreso han aumentado también de modo alarmante, como indica el nivel de riqueza de los ultrarricos: el patrimonio de las 200 personas más acaudaladas del mundo se triplicó en cuatro años entre 1994 y 1998, para llegar a más de un millón de millones de dólares. Uno solo de ellos, Bill Gates, posee más de 100 000 millones de dólares. La fortuna de las tres personas más ricas es superior al Producto Interno Bruto conjunto de 48 países del Tercer mundo.

Visión del futuro y socialización de la informática

Robert W. McChesney, profesor de la Universidad de Wisconsin, confirma estos cambios en una reciente obra, en la que formula su visión del futuro y analiza la socialización de la informática.⁴ Desde 1992 —afirma el profesor norteamericano— se ha producido una ola sin precedentes de uniones y adquisiciones, entre corporaciones gigantes, de los medios audiovisuales, conformándose así grandes oligopolios de la comunicación que ejercen un control casi total sobre la producción, distribución y comercialización de los bienes culturales.

McChesney expone que el rápido surgimiento de un mercado global de los medios audiovisuales y del entretenimiento no tiene antecedentes en el mundo de las finanzas. Sus estructuras apuntan cada vez más a consolidarse como un verdadero oligopolio de la cultura, porque la mayor parte de estas firmas poseen e intercambian valores y acciones, y mantienen intereses comunes en los mercados y bolsas mundiales.

Muy pocos pueden competir con estos consorcios gigantes, los cuales deciden el carácter y contenido de los productos culturales contemporáneos. Esta concentración corporativa conduce al control creciente de la producción y distribución. Tal fenómeno —dice McChesney— comienza a tener un efecto desastroso sobre el cine, la música, la radio, la televisión y el video. Uno de sus resultados es que el audiovisual se transforma, de medio participativo de carácter público, en medio de transmisión comercial, impulsor de la ideología neoliberal y las tendencias del consumo.

McChesney considera que el antídoto frente a los mensajes enajenantes de la cultura del entretenimiento y la afición por la violencia es la lectura crítica de los

Los Estados Unidos controlan el 70% del mercado fílmico de Europa, el 83% de América Latina y el 50% del Japón. En contraste, los filmes extranjeros apenas representan el 2% del mercado norteamericano, lo que abre interrogantes sobre la identidad cultural y los valores educativos y sociales, a partir de esta influencia sistemática unidireccional.

mensajes y la reflexión humanista. Esta es —dice— la mejor forma de combatir la sombría visión del futuro que pretenden imponer las corporaciones transnacionales.

Alvin Toffler, el famoso escritor norteamericano, publicó una sensacional trilogía sobre el impacto tecnológico y sus consecuencias sociales, sin lograr convencer a la opinión pública mundial sobre las inminentes transformaciones que cambiarían al hombre, pese a que habló de formas radicalmente distintas de trabajo, del surgimiento de fábricas sin obreros y de la desaparición de numerosas industrias tradicionales.

El saber —dijo— es la materia prima de los nuevos sistemas de producción. Lo nuevo es la transmisión instantánea de mensajes de todo tipo a nivel mundial, la integración de funciones y la convergencia de equipos y sistemas. El resultado es una nueva civilización basada en el conocimiento y los lenguajes alfanuméricos, cuya implantación se extiende cada vez más por todas las regiones.⁵

Las obras de Toffler (1970, 1980, 1990), tuvieron gran repercusión en el mundo anglosajón y fueron comentadas por importantes medios de prensa en los Estados Unidos y Europa, los cuales advirtieron sobre el inicio de una nueva época, cuyos efectos llegarían a todos los sectores y actividades de trabajo. Gran parte del mundo subdesarrollado no tuvo información sobre estas previsiones.

«Estamos en presencia de una nueva economía basada en el conocimiento», expresó Toffler, quien no dedicó ni un capítulo a las consecuencias que el cambio tendría para cientos de millones de analfabetos, subescolarizados y marginados de Asia, África y América Latina.

El investigador norteamericano explicó el alcance de sus estudios:

Millones de computadoras, telefax, impresoras, fotocopadoras, reproductoras de video, teléfonos celulares, redes ópticas y satélites de comunicación, actúan entre sí y deben considerarse como un sistema convergente y unificado. Se trata de un conjunto integrado que hace de los medios de comunicación un factor acelerador del cambio del poder a nivel mundial⁶

Esta dramática visión del futuro —basada en datos sobre las innovaciones industriales— comenzó a

despertar interés solo cuando el cine, la TV y el video dieron protagonismo a los medios electrónicos. Con ello, también representaban el predominio industrial de los Estados Unidos, testimoniaban los procesos de modernización en la producción y los servicios —aún un sueño distante para muchas naciones— y marcaban tendencias del mercado promovidas por una propaganda intensa y sistemática.

La socialización de la informática por estos medios ayudó a promover el sistema como un factor de superioridad y prestigio. La introducción del tema se valió de una propaganda cuidadosamente dirigida, como en el caso de un *dossier* permanente en la revista *Newsweek*, que era en realidad un anuncio pagado por la Asociación de Industriales de la Microelectrónica.

Debe señalarse que esta vasta difusión era de carácter apologético, sin análisis prospectivos sobre sus efectos en el plano social, político o económico. Ni un solo filme hasta la fecha, ni obras académicas o periodísticas —salvo muy raras excepciones— han representado enfoques críticos, señalado contradicciones o verificado los efectos de la informática en el Tercer mundo. Su agenda proclama sin ambigüedades la hegemonía de los países desarrollados en un campo en el que predominan la concentración financiera, las fusiones empresariales, las inversiones millonarias y el control de marcas y mercados.

Apenas existe un largometraje o video en el que no aparezca una computadora con una función central. De este modo se tiende a crear la necesidad virtual de los nuevos medios a escala global, en concordancia con las transacciones y servicios de las nuevas tecnologías y sistemas de telecomunicación, los cuales generan ingresos por cerca de un trillón de dólares anuales, controlados en gran parte por un grupo élite de grandes corporaciones transnacionales.

Realidad y apariencia del cine: la otra cara de la pantalla

En la década de los 80, el director del Programa de Comunicación de la Universidad de Pennsylvania, Dr. George Gerbner, uno de los rectores de la

investigación crítica en los Estados Unidos, culminó una larga encuesta sobre los efectos relacionados con el contenido de los filmes, programas de televisión y video.⁷

Entre sus hallazgos más importantes figura el tratamiento prejuiciado y discriminatorio hacia los países del Tercer mundo, en contraste con la racionalidad, el conocimiento y la eficiencia de los países desarrollados. Esta visión maniquea de los medios audiovisuales norteamericanos y sus productos culturales es aceptada y creída como la verdad literal expuesta por los hechos.

El informe citado provocó una transitoria conmoción entre las agencias publicitarias y las cadenas televisivas, afectadas en su credibilidad. El famoso experto estuvo en peligro de ser despedido; pero poco después todo volvió a su cauce.⁸

Los medios audiovisuales tienen gran importancia en la creación de esquemas y estereotipos entre cientos de millones de personas a escala mundial, sobre todo si sus estructuras y sistemas de distribución determinan los flujos internacionales de la televisión y el video.

Las actuales transformaciones exigen la formulación de políticas nacionales de información y de una amplia investigación sobre el impacto actual y la nueva naturaleza del audiovisual, pues la mayor parte de las audiencias en el mundo aceptan sin análisis —y lo que es peor, sin sospecha alguna— las imágenes e ideas propuestas. La vocación por el entretenimiento parece desarmar cualquier inquietud crítica.

Por otra parte, los organismos con recursos para financiar estudios relacionados con los medios velan por que no se aborden los problemas sociales, las cuestiones de identidad o soberanía y las causas que impiden el desarrollo. Los que necesitan esta información para elaborar proyectos políticos y culturales no cuentan con financiamiento para realizarlos. Además, aún no se comprende bien que el saber y el conocimiento son factores transformadores de la economía y que las nuevas tecnologías de comunicación dan lugar a nuevas formas de educación y cultura.

La experiencia de los últimos veinte años demuestra que el monopolio virtual de empresas gigantes constituye una amenaza para los valores, la identidad y las tradiciones de los países receptores. No hay límites para la circulación de mensajes foráneos cuyos conceptos y criterios muchas veces denigran la herencia cultural del mundo subdesarrollado.

Estos servicios aparentemente inofensivos transgreden las fronteras, sin fiscalización de ningún tipo. Se trata no solo de la vulneración del tiempo y la distancia, sino de las convenciones políticas y culturales,

sin forma alguna de control. Ejemplos de ello son Guatemala y Bolivia, cuyos ciudadanos reciben más de 60 canales de televisión durante 24 horas diarias por diez dólares mensuales.

Por su presencia mundial y la escala global de su comercialización, el cine y el video se han convertido en industrias caracterizadas por la concentración financiera y el control absoluto de mercados. La producción de largometrajes se calcula en unos 3 500 anualmente, pero esta cifra no es la que se distribuye. Los países productores más importantes, como India, Japón y Filipinas, apenas circulan fuera del medio nacional. En cambio, los filmes norteamericanos —y en muy escasa medida, los de Francia, Inglaterra, Italia y Alemania— controlan el 90% del mercado mundial.

La producción cinematográfica actual se estima en más de 5 000 millones de dólares; en 6 000 la de audiocassettes y compactos; y en 13 000 millones la de videos. Las grandes firmas norteamericanas —según los expertos Thomas Guback y Tapio Varis— controlan la única red mundial de distribución y comercialización de cine, televisión y video. Frente a un dominio comercial y cultural de tal envergadura, el resto de los países, incluso los europeos, lucha en organismos internacionales, como la UNESCO y la Organización Mundial de Comercio, por equilibrar la producción y servicios audiovisuales, para garantizar su identidad.

Esta situación es tan evidente, que Marcello Mastroianni, Vittorio Gassman y Alain Delon, entre otros, para no mencionar al militante de izquierda Jean María Volonté, formularon amargas declaraciones sobre el *dumping* norteamericano y la crisis de los estudios europeos.

Los Estados Unidos venden un 50% más barato, según indica el mercado de Cannes; cuenta con eficientes mecanismos de comercialización, y ha logrado crear una estética de la violencia, basada en caracteres agresivos, secuencias rápidas, máxima acción y escasos diálogos.

Algunas realidades sobre los cambios tecnológicos

Estos cambios abren enormes posibilidades de renovación y rentabilidad para diversos sectores, pero representan una amenaza para la identidad y la cultura tradicional por la avalancha mundial de mensajes, cuyos valores son ajenos a nuestra realidad y aspiraciones. En muchos casos, el deslumbramiento tecnológico impide percibir estas contradicciones. Buena parte de su crédito se debe a que tales «producciones culturales» llegan al resto del mundo con un cierto impacto porque su

realización es atrayente, técnicamente bien lograda, accesible y barata.

Todo ello hace necesario un escrutinio cuidadoso de las nuevas tecnologías, pues estos procesos pueden aumentar la desigualdad y dependencia de los países subdesarrollados sino se evalúan en el contexto de una estrategia nacional.

La expansión de las nuevas tecnologías es tan evidente en lo que se refiere a la marginación, escasez de recursos o falta de acceso, que no cabe la posibilidad de «satanizar» el tema o sus protagonistas. Tampoco podría tildarse de «apocalíptica» la monopolización de los mercados y el hegemonismo de la producción, diseño de contenidos y distribución comercial. Es un hecho real.

Aunque para algunos el término «imperialismo cultural» es ya un concepto obsoleto, nunca como ahora el control y la denominación transnacional han sido más efectivos y virtuales en la esfera de la cultura y el saber.

No es necesario citar los Informes Nora-Minc, de Francia, sobre la informatización de la sociedad; el interministerial canadiense, denominado Clyne, sobre la invasión cultural norteamericana; el Hillel-Hulton, de Alemania, sobre los problemas de la modernización tecnológica; o el controvertido Informe McBride, de la UNESCO, sobre el impacto socio-económico de la informática. Desafortunadamente, son poco conocidos y, en general, no apreciados en los países desarrollados.

Estas evidencias y reflexiones encuentran refuerzos en otros informes mundiales recientes, de sólido aval por su transparencia y sus descubrimientos. Por ejemplo, el Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo de la UNESCO, presidida por el ex secretario General de la ONU, Javier Pérez de Cuéllar, titulado «Nuestra Diversidad Creativa», cuestiona los efectos de la mundialización del consumo, impulsada por los sistemas y redes globales de difusión. La primera señal negativa, sobre la que advierte dicho documento, es la aparición del «serialismo» y la homogeneización culturales. Lo afirma un prestigioso hombre de derecha, asesorado por un comité de expertos conservadores:

Los miembros de la Comisión, en ocasión de sus reuniones en ciudades muy diferentes y durante sus desplazamientos por los cuatro puntos cardinales, pudieron observar que desde Ladakh hasta Lisboa, desde China a Perú, en el Norte como en el Sur, jóvenes del mundo entero se parecen entre sí por la ropa, los «jeans», zapatos «Nike» o «Adidas», peinados y camisetas como los de los grupos «raperos» norteamericanos; por hábitos alimentarios centrados en los «McDonalds», «Pepsi» o «Coca-Cola», y por las actitudes frente a la sexualidad, el divorcio y el aborto: toda una expresión superficial de consumo de valores foráneos, en gran parte transmitidos por medios audiovisuales a escala global.¹⁰

El Informe Mundial de la UNESCO es de 1997, lo que indica que estas tendencias se han acrecentado en el último cuarto de siglo, en la medida en que incrementan su alcance y eficacia las tecnologías de información. No olvidemos que en un contexto aprobatorio, la reiteración global de las imágenes genera modelos y actitudes, sobre todo si no existen otras alternativas paradigmáticas que respondan a la identidad propia o que introduzcan una visión crítica del mensaje extranjero, generalmente espectacular y seductor.

Desigualdades y diferencias en el mundo contemporáneo

Todos soñamos —y es válido— navegar por Internet, tener acceso autónomo a bancos de datos distantes y explorar los contenidos temáticos de cien canales de transmisión por satélite. Pero es bueno moderar el deslumbramiento tecnocrático que provocan los filmes norteamericanos. Para la mayor parte del mundo las posibilidades son muy remotas y el precio es aún prohibitivo.

La periodista francesa Sophie Boukhari, en un estudio reciente sobre *Los Mutantes del Ciberespacio*, afirma que el *homo internetus* de hoy es un hombre de 30 años, blanco, culto, anglófono, urbano y de buena situación económica. De acuerdo con su análisis, el «ciberparticipante» típico es un joven adulto inglés o norteamericano, con nivel universitario e ingresos anuales de 50 000 dólares.

En este mundo sofisticado hay una mujer por cada dos hombres y en el plano internacional, África está cada vez más marginada, pues del millón escaso de internautas en esa región, el 70% vive en Sudáfrica, donde el costo de la conexión es de unos 65 dólares mensuales, el doble que en los Estados Unidos.¹¹

Según la Oficina de Estadísticas del Trabajo de los Estados Unidos, mientras disminuyen las industrias con chimeneas —básicamente, las que consumen petróleo— aumentarán con gran rapidez los niveles de empleo entre los administradores de bancos de datos, técnicos e investigadores en informática, ingenieros informáticos e ingenieros de sistemas, cuyos ingresos son más del doble del salario medio en el sector privado norteamericano.¹²

La nueva economía del saber —también conocida como economía «intangibles»— tiene cuatro grandes componentes, aún no asimilados como factores esenciales de desarrollo en la mayor parte del Tercer mundo:

- 1) Las tecnologías de información y comunicación.
- 2) La propiedad intelectual, incluidas la publicidad, marcas y mercados financieros.

- 3) Las bibliotecas y bancos de datos electrónicos, los medios audiovisuales y los juegos de video.
- 4) La biotecnología, las fuentes bibliográficas tradicionales y la industria farmacéutica, esta última por su valor añadido a partir de las investigaciones de laboratorio.

Según el Banco Mundial, en 1995 las economías de bajos ingresos tenían menos de dos líneas telefónicas por cada cien habitantes y menos de dos computadoras por cada mil. En las economías con altos ingresos, la densidad telefónica era de una por cada dos habitantes y de una computadora por cada cinco. El desequilibrio es aún mayor en Internet: solo diez países contaban, a fines de 1997, con más del 85% de todos los «servidores» o computadoras centrales del mundo.¹³

Las diferencias son más espectaculares en cuanto a la «alfabetización informática». Existe el temor real —afirma Carlos Alberto Primo Braga, responsable del Programa de Información para el Desarrollo del Banco Mundial— de que las economías vulnerables quedarán rezagadas debido a su incapacidad para conectarse orgánicamente a las redes mundiales y transformar la explosión de la información en una revolución del saber.¹⁴

Previsiones del informe mundial sobre comunicación

Hamid Mowlana, director del Programa de Comunicación Internacional de la Universidad Americana de Washington, resume del siguiente modo estas inquietantes tendencias:

Un nuevo orden mundial de la información y la comunicación tiene lugar desde la última década, muy diferente en sustancia del reclamado por el Movimiento de Países No Alineados y por el Tercer mundo. Es el nuevo orden de los países gigantes, cuyas operaciones crean una nueva ecología social y cultural, hasta ahora no prevista [...] En este ámbito confluyen e interactúan la información, la comunicación y las innovaciones tecnológicas, creándose una relación de intercambio que da lugar a transformaciones profundas entre los pueblos y las naciones.¹⁵

Estas inquietudes reaparecen en el reciente Informe Mundial sobre la Comunicación de la UNESCO, en el que se establece que «una vasta red unificada e interconectada ha transformado profundamente las condiciones y medios de producción, formas de distribución, medios de consumo y funcionamiento de la sociedad».¹⁶

Su coordinador, Lofti Maherzi, profesor de la Universidad de Versalles, en Francia, aprecia estas manifestaciones como signos de una nueva civilización

basada en el saber y la información, cuya característica central es la ruptura con el pasado y la apertura avasallante a una distinta era de desarrollo económico, social y cultural, totalmente diferente de su predecesoras.

Las investigaciones realizadas hasta el presente demuestran que los servicios digitales, la transmisión directa por satélite, la distribución por cable de fibra óptica, la programación pagada, la grabación automática de programas diferidos, la imagen multimedia o los sistemas interactivos, han tomado por sorpresa a las audiencias en todo el mundo.

Estas variantes —que tienen una decisiva incidencia en la cultura— conducen a un cambio radical en los hábitos personales, a una más extensa globalización de los mercados audiovisuales, así como a una más amplia difusión de los valores asociados al modo de vida de países industrializados. En consecuencia, a la afectación de los idiomas y de la identidad nacional.

Es difícil predecir los efectos sociales, económicos y políticos de tales fenómenos, pues no se trata de un simple avance técnico, sino de un nuevo sistema de relación, un nuevo modo de pensar y hacer, de trabajar, aprender y entretenerse.¹⁷

Sin duda, hay un progreso sensacional, como revelan muchos filmes de aventuras y de ciencia-ficción. Pero, en general, no están al alcance de los países subdesarrollados, donde las viejas relaciones de desigualdad permanecen casi inalteradas, y quizá se agraven con los procesos de privatización, desestatización y venta del patrimonio público, como ocurre en toda Latinoamérica, que ha recibido más de 500 000 millones de dólares por sus recursos nacionales en los últimos 15 años.

En conjunto, el Tercer mundo, con el 80% de la humanidad, tiene acceso al 40% de la radio; el 15% de los periódicos, teatros y libros; el 50% de los televisores; el 6% de las líneas telefónicas; el 5% de las estaciones transmisoras de televisión y del parque de computadoras; el 3% de Internet y el 2% del correo electrónico. El 84% de los teléfonos celulares y el 91% de los equipos de fax —la expresión más avanzada de la comunicación personal— están en países industrializados. Más de la mitad de la población mundial jamás ha hecho una llamada telefónica y tampoco la hará en el siglo XXI.

Pese a estos desequilibrios lamentables —sin solución visible en lo inmediato—, los pronósticos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), para los próximos cinco años indican que habrá una aceleración del desarrollo tecnológico, unida a un aumento de los usuarios de altos ingresos, una mayor comercialización de los servicios informáticos y un más alto y exigente nivel profesional en todos los empleos, lo que deja fuera de los procesos de modernización a un gran número de países.

Notas

De acuerdo con la UIT, para el 2001 tendremos más de 1 000 millones de líneas telefónicas, 400 millones de teléfonos celulares, 450 millones de computadoras personales, 110 millones de computadoras *server* en Internet y más de 300 millones de usuarios de la famosa red de redes. Estos cálculos representan de un 30% a un 50% de aumento, a corto plazo.

Las perspectivas para los próximos 15 años incluyen la ampliación de los servicios de Internet en tiempo real, la trasmisión barata de imágenes multimedia y la comunicación visual por banda ancha; la generalización de las interconexiones y el acceso múltiple a bases de datos globales; la comunicación personal instantánea de tipo multimedia por medios portátiles miniaturizados, y la regulación del correo electrónico y el teléfono visual de alta resolución; todo lo cual ha de exigir un orden basado en estrictas regulaciones internacionales, muy distinto al caos que hoy predomina en las «autopistas electrónicas». La traducción simultánea y el control verbal de los equipos más sofisticados serán una realidad en el próximo decenio, en el que también tendrá lugar una casi total privatización y el libre mercado.

Cabría preguntarse si esta imagen de la sociedad informatizada ha sido asumida, con iluso optimismo, por una opinión pública mundial no informada ni advertida de sus realidades, conflictos y contradicciones. El tema obliga a tener ojo crítico e intención política para valorar las oportunidades objetivas que tiene el Tercer mundo de participar con igualdad de estas transformaciones, y no ser arrastrado por la sistemática propaganda de un futuro rosado.

Queda claro que estos cambios son parte de una renovación irreversible y que estos medios son absolutamente imprescindibles para el desarrollo de la humanidad. Se trata de una nueva cultura y una nueva civilización, a las que los países menos desarrollados solo tendrán acceso real si se evitan los espejismos de una falsa publicidad y se asume la responsabilidad ante el futuro, a partir de políticas nacionales coherentes, independientes y soberanas, no subordinadas a las presiones políticas o la incertidumbre de los mercados globales.

1. Warren Grace, *Global View Via Inmarsat, The World of Mobile Satellite Communication*, Londres, abril de 1999, p. 3.
2. Unión Europea, «Telecomunicaciones en el 2002. La Europa sin fronteras», *Nota Mensual*, febrero de 1999, p. 2.
3. PNUD, «El desarrollo humano en esta era de la mundialización», *Informe sobre Desarrollo Humano, 1999*, cap. I, Naciones Unidas, Nueva York, 1999, pp. 25-56.
4. Robert W. McChesney, *Corporate Media and the Threat to Democracy*, Seven Storis Press, Nueva York, 1996, pp. 18-26.
5. Alvin Toffler, *Future Shock*, Bantam Books/Random House, 1970; *The Third Wave*, Bantam Books/William Morrow Co., 1980; *El cambio del poder: conocimientos, bienestar y violencia en el umbral del siglo XXI*, Plaza Janés Editores, Barcelona, 1990.
6. Alvin Toffler, *El cambio del poder...*, ob. cit.
7. Harry Waters, «Life According to TV: The Gerbner Report, a 15 Years Team Study», *Newsweek*, Nueva York, 6 de noviembre de 1982.
8. Hamid Mowlana, *Global Information and World Communications: New Frontiers in International Relations*, Longman, Nueva York/Londres, 1986, pp. 49-57.
9. *Ibidem*.
10. Javier Pérez de Cuéllar, *Nuestra diversidad creativa*, Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, UNESCO/Fundación Santa María, Madrid, 1997, p. 19.
11. Sophie Boukhari, «Los mutantes del ciberespacio: retrato del "homo internetus" de hoy», *El Correo de la UNESCO*, diciembre de 1998, pp. 43-45.
12. Danny T. Quah, «La Economía del saber crea nuevos mercados», *El Correo de la UNESCO*, ob. cit., pp. 18-20.
13. Carlos Alberto Primo Braga, «¿Inclusión o exclusión? (Análisis del Banco Mundial, Programa de Información para el Desarrollo)», *El Correo de la UNESCO*, ob. cit., pp. 24-26.
14. *Ibidem*.
15. Hamid Mowlana, «The Emerging World Order: for What and for Whom?», *Media Development*, (Publicación de la Asociación mundial para la comunicación cristiana), n. 1, Londres, 2 de febrero de 1992, pp. 21-22.
16. Lofti Maherzi, *World Communication Report: the Media and the Challenger of the New Technologies*, UNESCO, París, 1997.
17. *Ibidem*, cap. 11 (Televisión), pp. 155-7.
18. *Ibidem*.

© TEMAS, 2000.