

Globalización, nuevas tecnologías y comunicación

Victor Marí Saez

✉ mailto: tecnosoc@terra.es

El presente artículo es una síntesis de las ideas desarrolladas en MARÍ SAEZ, Víctor Manuel: "Globalización, nuevas tecnologías y comunicación". Ediciones de la Torre. Madrid.1999

En este documento ofrezco algunas reflexiones puedan permitir analizar las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación desde una perspectiva socioeconómica. En las ciencias sociales y naturales se constata que hay una estrecha interdependencia entre unos saberes y otros, entre unos acontecimientos sociales y otros. Todo está unido, todo está relacionado con todo. En el campo de la tecnología y la sociedad también se puede partir de este principio de la interdependencia. Las tecnologías de la información y el sistema social en el que surgen no se pueden estudiar por separado, prescindiendo del contexto social en el que se insertan, si queremos tener una visión integral.

Las tecnologías y la sociedad en el que se insertan están estrechamente conectadas, no se pueden entender una sin otra. Como dice Marcuse, la tecnología es un proyecto histórico-social en el que se proyecta lo que una sociedad, y los intereses en ella dominantes, tienen el propósito de hacer con los hombres y con las cosas. La tecnología visualiza lo que una sociedad es, a un nivel concreto y también a un nivel metafórico. Internet es, tal y como ha reflexionado Manuel Castells, una metáfora de la sociedad-red de nuestros días, así como el reloj es una metáfora de la sociedad fordista de la Segunda Revolución Industrial.

Sin embargo, hay unas miradas a la tecnología que dificultan su comprensión integral, histórica y crítica. Destaco, principalmente, tres: las miradas *tecnofóbica* y *tecnofílica*, la mirada *descontextualizada* y la mirada *instrumental*.

Vayamos por partes. Desde la primera mirada, tecnofobia y tecnofilia, percibimos un alto nivel de carga emocional, de signo contrario, que dificulta la actitud crítica y reflexiva; para los tecnofóbicos la tecnología destruye la vida social y crea una cultura sin fundamentación moral. Por el contrario, los tecnofílicos piensan que la tecnología es una amiga, que hace que la vida sea más limpia, más larga, más feliz (POSTMAN, 1994,10). Exaltan desmesuradamente las dimensiones positivas de la tecnología. Para ellos, innovación tecnológica es siempre sinónimo de desarrollo, progreso, felicidad.

La segunda mirada, que llamo "*descontextualizada*", ve las tecnologías como algo independiente de los procesos económicos y sociales, como nacidas por generación espontánea. Los inventos tecnológicos, desde esta perspectiva, parecen los frutos de mentes ingeniosas a las que, en cada época, se les ocurre de repente fabricar una máquina de vapor, un motor, la electricidad, Internet...

Esta mirada descontextualizada e ingenua hacia la tecnología se olvida de que junto a los productos que surgen en un momento dado están los procesos que han hecho posible llegar hasta esa meta. Producto y proceso van unidos, tejiendo una red compleja de ensayos y errores, de búsquedas continuas y de un diálogo permanente entre las innovaciones tecnológicas y las necesidades y aspiraciones sociales, culturales y económicas de un periodo histórico.

En tercer lugar, la mirada instrumental hacia la realidad dirige la atención hacia los modos de producir más y mejor en el menor tiempo posible. Siguiendo a Habermas, la ciencia moderna está orientada por el interés. Descubre las estructuras de lo real, crea la arquitectura del saber, para luego someterlo a una operación práctica, teniendo como meta el progreso, el crecimiento industrial y el lucro. La técnica abstrae el espíritu de las gentes en el cómo para ocultar la temible cuestión del por qué (BRUNE, 1998:21). Planteado en forma de pregunta, ¿por qué orientar las energías y los medios de una sociedad en una dirección y no en otra?.

La revolución tecnológica actual nos sitúa ante una tremenda contradicción: cuando la Humanidad ha conseguido un desarrollo tal que es posible erradicar el hambre y las enfermedades que han asolado al ser humano desde los inicios, cuando es posible técnicamente que todas las personas del planeta vivan con las necesidades básicas cubiertas, constatamos que las desigualdades entre el Norte y el Sur se agrandan cada vez más en lugar de disminuir. El actual desarrollo tecnológico es potencialmente positivo, pero al insertarse en el sistema económico capitalista y al regirse bajo la lógica neoliberal, genera altos grados de exclusión social (PNUD:1999).

El cuerpo central del libro es el análisis del nuevo paradigma al que autores como Manuel Castells han dado en llamar la *sociedad informacional y global*. En el último tercio del siglo XX hemos asistido al nacimiento y desarrollo de esta nueva sociedad, que ha visto como se ha producido una transformación en tres grandes niveles: en las relaciones de producción (economía), en las relaciones de poder (política) y en las relaciones de experiencia (cultura). En todos ellos el eje común es el protagonismo de las tecnologías de la información.

En el terreno económico, el nuevo modo de orientar la producción busca, como actividad prioritaria, el acceso a la información y su posterior procesamiento, ya que ésta es la actividad que mayor nivel de beneficios económicos genera. Es una economía global porque funciona como una unidad en tiempo real a escala planetaria (CASTELLS, 1997, 120). En la nueva etapa del sistema capitalista, se puede comprar y vender en cualquier rincón del mundo; ya no existen límites ideológicos (después de la caída del muro de Berlín) ni límites legales significativamente importantes por parte de los estados-nación. En este proceso las tecnologías de la información son la infraestructura que permite los intercambios en tiempo real.

El sistema político, en este nuevo paradigma, introduce profundas transformaciones respecto a la anterior etapa. Las instituciones políticas representativas de la sociedad industrial no han salido bien paradas con el advenimiento de la globalización; los partidos políticos y el estado-nación

entran en una crisis de la que todavía no sabemos cómo van a salir. Ambos quedan atrapados entre dos lógicas expansivas: la propia del neoliberalismo y la correspondiente al discurso mediático (que en realidad viene a ser una concreción de la primera). La lógica neoliberal tiende a reducir el espacio político a la más mínima expresión: al estado gestor y policial y al partido burocratizado y tecnificado. La segunda lógica, la mediática, obliga a los partidos políticos a adaptarse a las nuevas reglas del discurso: el *sound-byte* es el espacio argumental cotidiano del que disponen los representantes políticos para captar la atención y el voto de los ciudadanos-telespectadores.

Y, en tercer lugar, me detengo a analizar el sistema cultural de la sociedad informacional y global. Las tecnologías de la información juegan un papel central en este nuevo contexto ideológico cultural del pensamiento único: están presentes en la cotidianeidad de nuestras vidas, llegan hasta los más escondidos rincones de la sociedad y de nuestras personas, con el fin de imponernos una visión del mundo dada, vencedora, demoledora: la realidad es así y no podemos hacer nada por cambiarla.

La cultura predominante sigue estando marcada por los rasgos de la postmodernidad, definida como el resultado de la crisis de valores que, proclamados en la Ilustración, constituyeron el horizonte de la Modernidad. Del "pienso luego existo" de Descartes, frase representativa del pensamiento moderno, se pasa al "consumo luego existo" de la propuesta postmoderna. Una vez abandonados el progreso y la razón, aparece como alternativa el disfrute del presente bajo la forma del consumo continuo y compulsivo; se genera, de esta manera, un ambiente cultural hegemónico que es altamente funcional al pensamiento neoliberal.

Los diferentes medios de comunicación vehiculan la cultura postmoderna. Pero hay uno que destaca por ser el que marca las pautas a los otros: se trata de la televisión. Aunque Internet empieza a expandir sus códigos a los otros medios, la televisión es el más consumido y el más importante a escala mundial. El discurso televisivo, según González Requena, aglutina de un modo paradigmático los principales rasgos del discurso postmoderno: exige a cada uno de sus segmentos una plena legibilidad y accesibilidad, y por ello se ve condenado a la obviedad, a la banalidad, y a la redundancia. Construye un universo vacío de contenido informativo, articulado sobre la repetición de fragmentos equivalentes, informativamente obvios y escópicamente excitantes, que ofrecen a su destinatario un vínculo imaginario ininterrumpido (GONZALEZ REQUENA, 1988:147).

La nueva cultura, la cibercultura, nos sitúa ante un debate que va más allá de las herramientas tecnológicas que son las protagonistas en un determinado periodo de la historia. Implica, según Jesús Galindo, no sólo nuevos objetos simbólicos, también nuevos sujetos, una nueva forma de unir a sujetos y objetos en un espacio cognitivo sorprendente y deslumbrante. Algunas de las transformaciones más significativas que destaco en el libro son tres: el cambio en las referencias espacio-temporales, un modelo de comunicación basado en la lógica de la red y unas pautas diferentes de relación con el nuevo texto, el hipertexto.

A partir de este marco económico, político y cultural, se propone otra mirada a las tecnologías de la información distinta a las que se enumeraban anteriormente. Una mirada que asume la centralidad de las tecnologías de la información en la nueva *sociedad informacional y global* y que, siguiendo los planteamientos de Len Masterman, quiere compaginar una crítica y una propuesta; la crítica va dirigida a caer en la cuenta del "envoltorio publicitario" que rodea a las tecnologías de la información. Como apunta Masterman, "alrededor del 90% de todo lo que se está escribiendo y diciendo actualmente sobre las nuevas tecnologías interactivas forma parte de la campaña internacional de relaciones públicas más concertada de la historia reciente del marketing".

Junto a esta actitud crítica es importante proponer la incorporación de las nuevas tecnologías de la información en diferentes contextos (laborales, formativos, de ocio, etc.) y a partir de otros modelos comunicativos, educativos, productivos -en definitiva, desde otras visiones del mundo- alternativos al pensamiento único. Esta es la propuesta que vamos construyendo entre tod@s los que participamos en este proyecto formativo.

BIBLIOGRAFÍA CITADA EN EL ARTICULO:

BRUNE, F. (1998): *"Mitologías contemporáneas: sobre la ideología hoy"*, en *Le Monde Diplomatique: Pensamiento único & pensamiento crítico*. Edición española. Madrid. Temas de Debate.

CASTELLS, M. (1997): *"La era de la información. Volumen I: la sociedad red"*. Madrid. Alianza editorial.

CASTELLS, M. (1998^a): *"La era de la información. Volumen II: el poder de la identidad"*. Madrid. Alianza editorial.

CASTELLS, M.(1998^b): *"La era de la información. Volumen III: fin de milenio"*. Madrid. Alianza editorial.

GONZALEZ REQUENA, J. (1988): *"El discurso televisivo, espectáculo de la postmodernidad"*. Madrid. Cátedra.

POSTMAN, N. (1991): *Divertirse hasta morir*. Barcelona. Tempestad.