



Ponencia

Sociedad de la información y participación en el acceso a la tecnología

Por
Lic. Martín Javier Sánchez Rodríguez
y
Lic. Gloria Catalina Pérez Sevilla

CECYT #3 "ESTANISLAO RAMIREZ RUIZ"
I. P. N.

Zacatepetl 211 Cd Azteca 2^a Secc.
Ecatepec de Morelos Edo. Mex.
Licmsanms@netscape.net
0445525737696

El impacto de la tecnología en el proceso de las relaciones sociales y el desarrollo de sociedades más complejas permite vislumbrar una sociedad que podrá evolucionar de manera satisfactoria, fundamentándose en la cantidad de conocimientos que acumule y aplique en su propio beneficio, haciendo que el progreso sea equitativo y los integrantes de esta nueva sociedad pueda disfrutar de todos estos avances.





Introducción

La era digital ha llegado para quedarse, y como cada revolución tecnológica suscita miedos, alienta esperanzas y genera nuevas palabras. El desafío de pensar en la contribución de los modernos sistemas de comunicación al proceso de paz y a la integración regional exige examinar críticamente las promesas con las que llega la era digital.

Para que la revolución digital deje de ser una promesa hay que conocer críticamente y aplicar creativamente las nuevas tecnologías.

Las nuevas tecnologías pueden contribuir de modo decisivo a la integración regional, a la paz, a la defensa de nuestra lengua común y a extender el acceso a los bienes culturales, en la medida en que las condiciones de su diseño y utilización no se dejen libradas a la propia inercia del proceso de innovación tecnológica.

Hay que apropiarse de la tecnología con prudencia y sobriedad, superando tanto la tecnofobia recalcitrante como el fetichismo tecnológico. Hay que hacer una vasta pedagogía social del uso y de la producción de nuevos medios.

Influencia de los medios de comunicación

La sociedad mediática es el resultado de la aparición de medios de comunicación, integrados en grandes empresas multinacionales y relacionados con el poder político y económico, capaces de influir en los acontecimientos políticos y sociales tanto en el ámbito local como en el global.

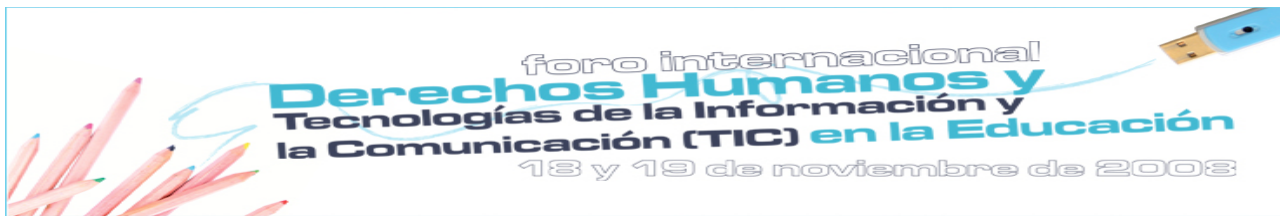
A la modernidad, el racionalismo impone formas de pensar duras, en el intento de **"reducir del todo al uno mediante la eliminación de las singularidades"**.⁶ En la sociedad contemporánea hay una aceptación de la heterogeneidad y de la relatividad cultural con sus pluralismos, ambigüedades, localismos, simultaneidad, informalidad, subjetividad, sus múltiples verdades.

En Internet, por ejemplo, cada individuo puede asumir varias identificaciones al mismo tiempo: todos pueden ser autores, agentes, productores, editores, lectores, consumidores, de manera que la subjetividad de cada papel prevalece de acuerdo con el instante. En este sentido, los papeles se mezclan y se confunden, se distancian de sus caracterizaciones tradicionales y provocan el debate acerca de la reorganización de estos temas.

El fenómeno del hipertexto es de vital importancia aquí. Considerados como redes textuales sobre un tema o incluso como redes de sistemas de textos, el hipertexto es una forma de expresión particular, "la organización de segmentos de textos electrónicamente conectados a una red, de tal forma que el lector pueda tener libertad de movimiento".⁸ En otras obras, posibilidades de selección. Al escoger su camino, al hacer su selección el lector pone énfasis en su papel del sujeto, papel que pertenecía sobre todo al autor.

La imagen simbólica de la red expresa tal vez la forma utópica la multiplicidad y diversidad de las producciones, de lecturas y de posibles selecciones para el ser humano. Para *Umberto Eco* la red es "todo punto que puede ser conectado con todos los otros puntos y donde las conexiones aún no están definidas [...]. **Una red es un territorio ilimitado**".





La imagen de la red es bastante esclarecedora con respecto a la naturaleza de Internet, un sistema interactivo de comunicación humana, que hace posible que la creación, la publicación, la distribución y el uso de las producciones culturales, científicas y artísticas se produzcan en forma integrada, simultánea y con independencia del espacio, y que aproxima a autores, productores y consumidores. Sus recursos favorecen la ampliación de las posibilidades de la propia producción.

En otras palabras, estas son posibilidades de conversación (en el sentido hermenéutico, de la forma de conocimiento), modos de favorecer las capacidades del ciudadano, más allá del consumo, en dirección a una práctica cultural, que abarca también el que hacer, el contacto, el uso, la reflexión y la experimentación compartida. Los cambios son muchos y profundos: cambios de medios, de métodos, de comportamiento, de pensamiento. Cambios que generan transformaciones importantes en el modo de vida de las personas y que en algunos aspectos sufren una total inversión de sus valores.

Así como los conceptos de autor y lector se aproximan y sus funciones se modifican, el concepto tradicional de documento también está en transformación. Con los medios electrónicos y el hipertexto, la diferencia entre revista y artículo, por ejemplo, se torna menos perceptible.

Las redes textuales permiten conectar textos o partes de ellos de manera independiente, sin tener necesariamente que encontrar primero a la revista o al libro que los contienen. Las implicaciones de esta posibilidad, constituyen un desafío y una oportunidad para realizar transformaciones enriquecedoras en el proceso de comunicación científica.

Revolución de la Inteligencia

Se trata de una nueva era donde la importancia está concentrada en el capital humano, el único capaz de tomar la información que recibe para transformarla en conocimiento y darle aplicación (Inteligencia). Es una nueva etapa para la humanidad que se fundamenta en los grandes avances tecnológicos logrados por el hombre en las últimas décadas, pero sin duda está signada por una invención específica: "No obstante, la gran invención que encaminó la revolución de la inteligencia no es física sino más bien virtual, no tiene que ver con el hardware sino con el software. Esa invención es la World Wide Web (que significa en inglés "telaraña global"), la WWW o simplemente la 'Web'."

Definitivamente el fenómeno que logró revolucionar al mundo y que aún deja mucha tela que cortar, o mucho hilo que tejer, es esa denominada Telaraña Global. Ciertamente, Internet ha cambiado y mejorado diversos procesos, ha logrado unir al mundo en cuanto a su capacidad de conexión y representa sin duda una oportunidad para nuevas creaciones. Al respecto, Bill Gates, asegura que "La nueva tecnología ofrecerá a las personas un nuevo medio de expresarse. La autopista de la información abrirá oportunidades artísticas y científicas jamás soñadas a una nueva generación de genios."

Se reconoce además que Internet ha logrado imponerse con mayor rapidez en comparación con la forma como lo hicieron en su momento la escritura y la imprenta. También, la Web está acompañada de un ritmo de cambios acelerado y, aparentemente, sin interrupciones. De tal modo, que sus alcances son también ilimitados y bajo la sombra de estas afirmaciones parece que, actualmente, quien no se incorpora a la Red navega contra la corriente del éxito.

El fenómeno Internet destaca particularmente porque se trata de un instrumento que facilita a las personas el rápido acceso a cantidades infinitas de información, a un costo relativamente bajo, sobre cualquier índole y proveniente de cualquier rincón del mundo. Será por esta razón





entonces que se escucha hablar de una Sociedad de la Información, un conglomerado humano que parece tener ahora toda la información que desee a su alcance.

En este sentido, podemos señalar que “En los albores de las nuevas comunicaciones digitales, la sociedad se convierte realmente en una pequeña aldea. El concepto de distancia, de lejanía, no tiene razón de ser en esta nueva sociedad. El medio Internet nos permite acercarnos en cuestión de nano segundos o micro segundos a sitios y lugares virtuales y recabar información que antes sólo se lograba con gran esfuerzo. Internet crece cada vez más y el mundo analógico se hace cada vez más pequeño, convirtiéndose en una aldea digital, en una sociedad informatizada.”

En síntesis, la nueva etapa de la historia humana que se caracteriza por términos como informático, digital, electrónico, virtual, computarizado; tiene como protagonista a la Web: una Red de redes (La mayor red de ordenadores del mundo) a libre disposición que todo individuo que, por supuesto, cuente con los instrumentos mínimos necesarios para estar conectado. Son las características peculiares de este fenómeno lo que hacen de esta etapa histórica una verdadera revolución. Y aunque, como toda invención, tiene tantos defensores como detractores, ha logrado imponerse inclusive en las tareas más cotidianas. (Son numerosas las personas que utilizan el Correo Electrónico a diario, para comunicarse con familiares y amigos, así como para enviar informaciones sobre negocios).

Ahora bien, como la Red es una infraestructura que sin duda ofrece espacio hasta para los más simples recovecos de la vida, los medios de comunicación social no escapan a formar parte de ese ambiente de “infinita globalidad”. Inclusive, desde la Sociología y la Comunicología se establecen hace ya un tiempo las relaciones de Internet con los Medios de Comunicación Social. Para algunos, Internet puede ser, tal vez, un nuevo medio de comunicación, con una capacidad y potencia inigualables; pero para otros, los más cercanos al mundo periodístico, la Web es mucho más que un medio de comunicación, es un gran soporte para los medios masivos tradicionales y ofrece para ellos diversas oportunidades y desafíos.

Internet: El Nuevo Canal de Comunicación

Técnicamente se define la Internet como una interconexión de redes informáticas que permite una comunicación directa a las computadoras que se encuentran conectadas. Se trata de un conjunto de redes locales conectadas entre sí a través de un ordenador. Visto de tal manera no parece resaltante. Sin embargo, se trata de la mayor red de conexión de ordenadores que se conoce en el mundo y que permite una comunicación (envío y recepción de información) rápida, sin límites de tiempo ni espacio.

Tomando en consideración que se trata de un instrumento que permite el envío y recepción de información, podría decirse con cierta ligereza que la Web no es más que un nuevo medio de comunicación y que su capacidad de conectar a tantos seres humanos a la vez la convierte en un medio de comunicación de masas. Internet es sin duda un medio de comunicación, pero no es un medio de comunicación de masas tal y como lo entendemos ahora. Lo que diferencia Internet es que es un medio integrador de los otros medios y con capacidad para crear una interacción y una personalización de contenidos desconocida hasta ahora. No es un medio de comunicación de masas porque para ello haría falta una masa de receptores que recibieran el mismo contenido, y eso no funciona así en Internet.

Cuando se habla de Medios de Comunicación de Masas, se hace referencia a instrumentos que permiten la emisión de un mismo mensaje, al mismo tiempo, a una gran cantidad de personas; Internet, por su parte, es mucho más que eso, porque ciertamente un mismo mensaje puede enviarse al mismo tiempo a una gran cantidad de personas, pero no todas las





personas sabrán de él al mismo tiempo – si se trata de un email cada quien leerá el mensaje al revisar su Bandeja de Correos – y cada persona tendrá en sus manos la decisión de leerlo o no. Así también, los contenidos de un Sitio Web están al alcance de todos, pero cada individuo puede buscar entre toda la información que se le ofrezca sólo la que le resulte interesante. La gran diferencia de Internet es que si bien es de alcance masivo, (sin duda el medio de mayor alcance masivo en cuanto a espacio territorial) es totalmente personalizado y permite una interacción entre emisores y receptores jamás experimentada anteriormente.

Internet es entonces un nuevo canal de comunicación que resalta, además, porque permite en su particular ambiente la combinación de todos los demás medios. En la Red están la escritura y la fotografía de la prensa, las imágenes en video de la televisión y el sonido de la radio, sumados a la interacción y personalización de mensajes. La Red, más que un medio de comunicación, es un soporte (con enormes capacidades, vale decir) para todos los medios de comunicación que el hombre ha utilizado hasta ahora; sus características permiten la combinación de todo, es a partir de estas aseveraciones que se justifica la denominación de la Web como un supramedio, un metamedio.

CIBERCULTURA: LA SOCIEDAD DEL CIBERESPACIO

En medio del ambiente creado por las nuevas tecnologías de la información, el hombre ha modificado su forma de vida; se han añadido nuevos espacios de socialización, en los que las personas son lo que quieren ser o son lo que realmente son. En otras palabras, cada cibernauta está en la capacidad de crear una nueva identidad: si en la vida real vive acomplejado por su figura física (es gordo y bajito), en espacios como *chat's*, *blog's*, *e-mails* y foros puede ser lo que siempre ha soñado (alto y delgado). O una persona homosexual que en la vida real no puede demostrar su condición sexual, en la web puede hacerlo.

En la modernidad el hombre afectado por la rapidez con la que se mueve el mundo, causada la mayor parte por las nuevas tecnologías, hacen de él una persona miedosa, interesada e incapaz de establecer relaciones a largo plazo. **“Para nosotros, habitantes del moderno mundo líquido que aborrece todo lo sólido y durable, todo lo que no sirve para el uso instantáneo y que implica esfuerzos sin límite, esa perspectiva supera toda capacidad y voluntad de negociación”** (Zygmunt, 2005, p. 48)

En ese ambiente es que se desarrollan sin temor las relaciones afectuosas de la modernidad: “Las uniones no tienen en qué apoyarse salvo en el chateo y los mensajes de texto; la unión sólo se mantiene gracias a nuestra charla, nuestro llamado telefónico, nuestros mensajes de texto. El que deja de hablar queda fuera. El silencio es igual a la exclusión” (Zygmunt, 2005, p. 55)

Con el ejemplo anterior es posible hablar acerca de los sentimientos que se ven creados en Internet: son experiencias únicas, tal vez ilusorias, porque no es posible tener certeza sobre lo que se ve o escucha, pero se sabe que producen alegría, tristeza, emoción, ansiedad, y que a medida que el tiempo pasa se incrementan. La escapatoria a estos sentimientos puede ser el conocerse en la vida real, para terminar con la ilusión, o por el contrario fortalecerlos y perder el miedo.

Cuales son los paradigmas de la modernidad??

Los paradigmas son eventos que marcan momentos de cambio significativo en las sociedades o en áreas específicas de ellas, en la vida moderna, tecnológicamente hablando, hasta donde se:

- la introducción de las primeras tarjetas perforadas.
- La adaptación de esas tarjetas perforadas a los telares.
- la introducción de la electrónica.





la invención de la telefonía.
 Desarrollo de la radiodifusión.
 la invención de la computadora.
 El desarrollo de la microelectrónica
 la introducción de las microcomputadoras.
 la introducción de las portátiles.
 la introducción de los primeros teléfonos inalámbricos.
 los medios electrónicos de reproducción de sonido (grabadoras, receptores transmisores de radio)
 el celular
 el celular digital
 los medios de reproducción musical digital

La denominada revolución tecnológica y de información que tiene en Internet a su mayor representación, ofrece por supuesto nuevas formas de acción y mercado para los medios de comunicación tradicionales, los cuales tienen, al menos, dos grandes oportunidades con Internet: pueden aprovechar la Red para la interacción con nuevos mercados y para expandir sus formas de comunicación con la audiencia o, ir más allá, incorporarse al “ciberespacio” con un sitio propio, con características adaptadas al nuevo entorno comunicativo que le permitan imponerse como un nuevo medio en la Red. Porque al fin y al cabo, Internet es un medio de comunicación lo mismo que lo es un quiosco de prensa o las calles de la malla urbana que utilizamos para acceder al punto donde expenden el diario cada mañana. Es sencillamente la vía que se utiliza para llegar a otros medios de comunicación: El metamedio.

Para entender por qué los medios tradicionales deben responder a nuevas formas en la Red, es necesario demostrar que ciertamente se trata de un nuevo formato o soporte. En este sentido, es conveniente observar cuáles son esas características propias que hacen del metamedio un espacio distinto, en el cual los medios tradicionales deben comportarse diferente.

Internet y sus peculiaridades.

Las razones por las cuales se concibe a la Red como el hito que representa esta revolución y nueva etapa de la humanidad se fundamentan justamente en las características únicas que posee la Web como un potente canal para las comunicaciones. Precisamente, desde el punto de vista comunicacional, en relación con los medios de comunicación tradicionales, Internet ofrece diversas ventajas.

El acceso a un medio digital, por encontrarse en un soporte universal, es posible en mayores proporciones que en los medios convencionales. Un medio tradicional con soporte en la Web logra llegar a públicos en cualquier parte del mundo, hecho que no le resulta posible con su soporte convencional (sea un impreso, un canal de TV o una estación de radio).

La inmediatez que muchos aplauden en la radio es igualada e incluso algunas veces superada en la Web.

Otra peculiaridad es la simultaneidad, porque quien accede a Internet puede consultar varios sitios a la vez y hacer su libre monitoreo sobre ellos. Esta posibilidad en radio y televisión es aún inexistente, pues todavía no es posible sintonizar más de un canal de TV, o una señal de radio, a la vez. Las peculiaridades de Internet son tan infinitas como sus capacidades, además que sería una osadía afirmar que de la Red ya se ha descubierto y se ha dicho todo. Ahora bien, es cierto que diversas características le diferencian de los medios de comunicación tradicionales, pero la particularidad más notoria y reconocida es la Interactividad: Los medios tradicionales son unidireccionales, el mensaje que transmiten es recibido por el público y allí termina el proceso (sólo existen casos aislados de algún lector, oyente o televidente que



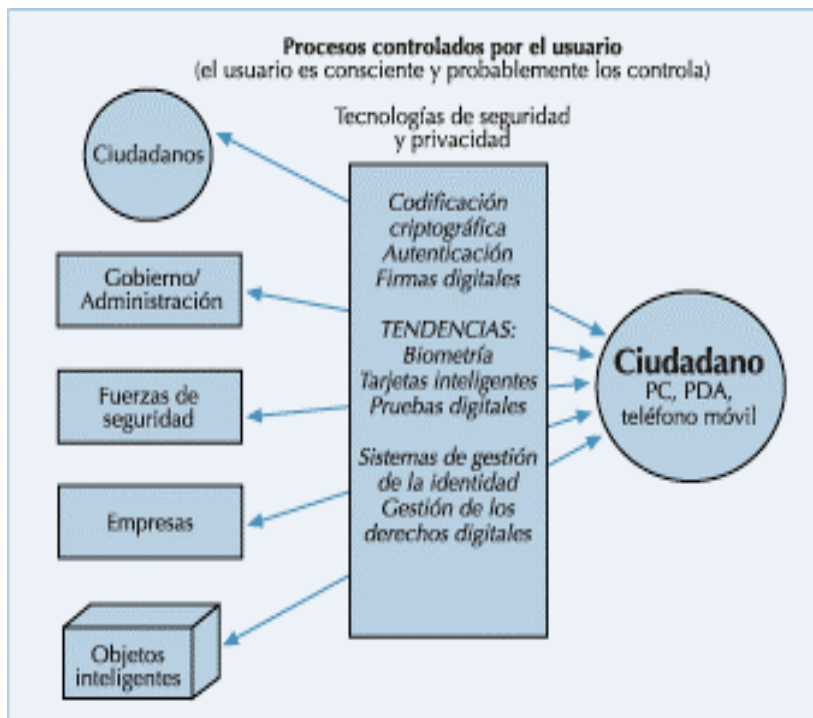
establezca comunicación posterior) En todo caso, la comunicación en los medios tradicionales apenas llega a ser bidireccional. En Internet, cada individuo que accede tiene la posibilidad de comunicarse directamente con el sitio que visita, la atención es personalizada y se trata de un medio que puede ser utilizado igualmente por emisor y receptor.

Además, se distingue porque el usuario es quien decide cuándo, cómo y dónde acceder. Es un canal personalizado porque ofrece la posibilidad a cada usuario de recibir y escoger lo que desea y le interesa, entre una gama enorme de posibilidades. Una peculiaridad en concordancia con la esencia humana de ser libres.

A groso modo, se pueden identificar algunas peculiaridades que hacen a Internet un fenómeno en cuanto a comunicación:

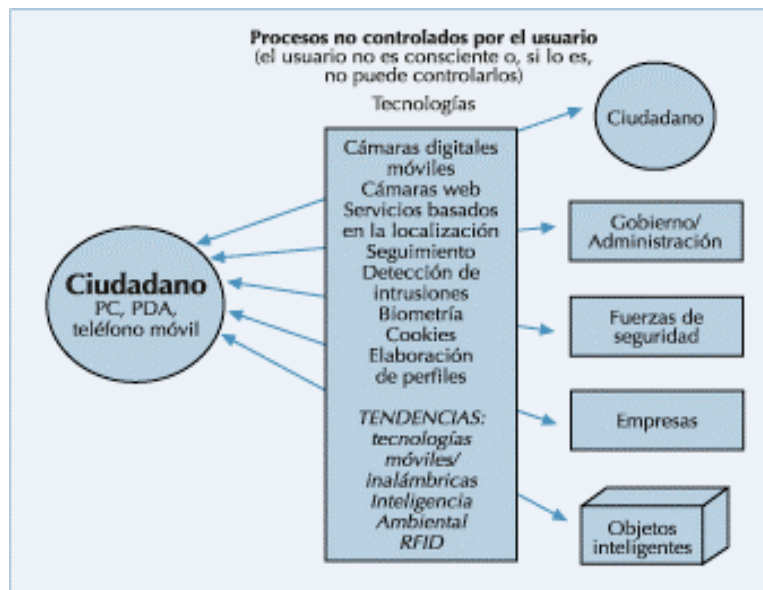
- Interactiva
- Universal
- Simultánea
- Inmediata
- Integradora
- Libre
- Actualizable
- Personalizada

Figura 1. Interacciones controladas por los ciudadanos en la Sociedad de la Información



Los consumidores y usuarios están preocupados en la actualidad por la falta de seguridad y de privacidad. Sin embargo, aunque las TIC facilitan el abuso de la privacidad y algunas formas de delincuencia, también proporcionan una infraestructura que permite nuevos tipos de interacción y la seguridad necesaria para un entorno fiable.

Figura 2. Interacciones no controladas por los ciudadanos en la Sociedad de la Información



Ecatepec de Morelos a 4 de noviembre de 2008

Referencias Bibliográficas

- CANGA LAREQUI, JESÚS. La Prensa y las Nuevas Tecnologías. Manual de la Redacción Electrónica. Ediciones Deusto S.A. Madrid, España. 1988.
- CORDEIRO, JOSÉ LUIS. Benesuela Vs. Venezuela. El Combate Educativo del Siglo. Ediciones CEDICE. Caracas, Venezuela. 1998.
- DÍAZ, DAVID. El Medio Digital frente a los "Periódicos Impresos", la Radio y la Televisión. Disponible en: www.ull.es/publicaciones/latina Revista Latina de Comunicación Social. Año III. No. 31. Junio 2000.
- DEBATES IESA. Tecnología de Información: Electrónica y algo más. Revista publicada por el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA). No. 4. Vol. VIII. Caracas, Venezuela. 2002.
- **Gentile**, Leonardo, "Dónde cuesta más estar conectado?", *El Sitio. Informes*, nro. 39, 8/9/99
web.elsitio.com/scripts/elsitio/global/tecnologia/informes/notas/template.asp?1999/09/07/glsitt_dialup
- **Infosociedad** (1998), "Latinoamérica apuesta por el ciberespacio" (www.es.ibm.com/infosociedad/ideas/tendencias/htm).
- **Jenkins**, Henry (1997), "Contacting the Past: Early Radio and the Digital Revolution" (media-in-transition.mit.edu/articles/jenkins.html).
- **Marques de Melo**, José, "Comunicación e Integración latinoamericana: El papel de ALAIC" (www.mty.itsem.mx/externos/alaic/Texto1.html).
- **Millán**, José Antonio (1997), "Internet, una red para el español" (jamillan.com/internet.htm).
- _____ (1998), "¿Un nuevo horizonte?" (jamillan.com/horizont.htm).