

## GLOBALIZACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Por: Manuel Vicente Henríquez B.

Director del Centro de Opinión Pública de la Universidad Francisco Gavidia.

### **Las nuevas tecnologías**

Generalmente el nacimiento de una nueva tecnología viene acompañado de un determinismo tecnológico: “los robots serán los obreros del mañana”, “las computadoras resolverán todos nuestros problemas” y cosas por el estilo. En este sentido, la idea básica del *determinismo tecnológico* es que el nacimiento de una nueva tecnología modifica la sociedad o el sector del cual ha surgido; así, la sociedad que le dio vida se adapta a ésta. Sin embargo, esta nueva tecnología no impacta una sociedad hasta que se decide invertir en ésta, de manera que su producción se desarrolla para usos sociales particulares; es decir, deja de ser un invento técnico para convertirse en una tecnología a disposición de la sociedad.

Pero las preguntas en tiempos de neoliberalismo y globalización, en el que los paradigmas para comprender esta nueva sociedad son el mercado y la tecnología mediática, son: ¿Cómo es el desarrollo de las tecnologías en el mundo actual? ¿Es, verdaderamente, el valor cultural y social el valor más importante para producir nuevas tecnologías? La sociedad capitalista en que vivimos parece dar respuestas diferentes a las preguntas hechas anteriormente, ya que hay –al menos– tres propósitos generales al momento de producir una nueva tecnología: *Primer propósito*, el que dictan las corporaciones manufactureras y sus aliados en los gobiernos para iniciar una nueva fase de incorporación de tecnologías al mercado; esta fase se relaciona primordialmente con intenciones comerciales (nada de culturales), siguiendo las directrices de las instituciones económicas y políticas demandantes. *Segundo propósito*, lo tecnológico tampoco determina este segundo propósito; es lo político y comercial lo preponderante, ya que al emplear estas nuevas tecnologías, se pasa por alto los límites culturales,

nacionales y comerciales de las naciones a las cuales se intenta llegar. *Tercer propósito*, a través del uso de nuevas tecnologías se penetra en áreas políticamente cerradas; en contra de esto se argumenta (como defensa de las naciones en el caso de los satélites y radares) una violación de la soberanía de los espacios aéreos nacionales, pero frente a este argumento se menciona la libertad actual de los cielos (R. Williams, 1989).

Como se ve, las decisiones respecto a la producción de nuevas tecnologías son eminentemente políticas y económicas, con un interés y una influencia que va más allá de la misma tecnología.

Así pues, las nuevas tecnologías representan la expansión de un mundo capitalista paranacional, como creadoras de una nueva situación política. Pero este proceso conlleva graves consecuencias: los que “pagan los platos rotos” son los estados nacionales; son éstos quienes pagan los costos de abrirse al mundo: desempleo, violencia, marginación y exclusión de las clases desposeídas, quienes (por ser improductivas) son menos atendidas por los nuevos sistemas de distribución basados en la ganancia.

Con la utilización de las nuevas tecnologías, los nuevos sistemas de información son controlados por las entidades financieras. Sus contenidos son dados a partir de las líneas de los sistemas económicos. Como dijo Ernesto Sábato al referirse a la sociedad del nuevo siglo: “En nuestro mundo, los bancos sustituirán a los templos”<sup>1</sup>.

Es tal la influencia actual de las instituciones mediáticas (J. Thompson, 1995) en la vida de la población, que están moldeando totalmente el sistema cultural del mundo occidental. Por ejemplo, si bien la televisión no ha sustituido a los otros medios, su importante absorción de las personas que la consumen afecta grandemente el consumo de las demás industrias mediático-culturales. La televisión –y actualmente la Internet–

---

<sup>1</sup> Sabato Ernesto (1998). *Antes del Fin*, Seix Barral, Buenos Aires.

han contribuido grandemente al declive de los espectáculos públicos, ya que nadie, o pocos, asiste a éstos. Así, las nuevas tecnologías redefinen el concepto de cultura: de una cultura popular (actividades, barriales, ferias artesanales, festivos) y de una alta cultura (obras de teatro, literatura, danza...), se pasa una cultura a domicilio (M. Barbero, 1997).

En este sentido, los *media* (específicamente la TV) identifican la escena pública, son el nuevo ágora: el escenario público por excelencia; todas las acciones sociales se hacen frente a las cámaras y todas éstas se contemplan desde la televisión y/o la internet. Sólo lo que sale en la televisión es lo que existe, es lo que nos interesa. Este proceso ha creado lo que se ha dado en llamar la *iconocracia mediática* (R. Gubern, 2000).

### **Las transnacionales y la prostitución de la cultura.**

Las transnacionales han viciado el concepto de cultura actualmente, al crear una visión eminentemente comercial sobre el asunto. El poder de las industrias culturales ha invadido todos los ámbitos de las sociedades: lo económico, lo político, lo religioso, lo social y lo cultural.

Este poder de las transnacionales se inició a partir de la finalización de la segunda guerra mundial, luego de la cual se dio un crecimiento sin precedentes de las corporaciones privadas frente a las instituciones públicas, las cuales fueron perdiendo su poder de antaño poco a poco. De esta forma, el sector corporativo privado incrementó su papel a nivel internacional.

Pero de qué manera es que este sector ha influido tanto en la cultura de nuestros días: Podríamos afirmar que las corporaciones poderosas se han apropiado de la difusión de la información; cada vez más estas compañías son dueñas de varios medios

de difusión masiva (radio, prensa y tv), tanto así que las instituciones públicas que daban la información (bibliotecas, sistema educativo) están siendo absorbidas por estas empresas, impidiendo un acceso igualitario a la información.

En este sentido, la economía de estas compañías está en constante expansión, lo que implica que traspasen los mercados nacionales para “invadir” los internacionales; esta “transnacionalización” de las compañías ha causado el surgimiento de un aparato informativo cultural dominado por las corporaciones; un aparato omnipotente, omnipresente y omnicomprendivo. De esta forma, la cultura consumista domina en todas las sociedades y es producida por el sistema corporativo transnacional, a través de las nuevas tecnologías informativas (H. Shiller, 1993).

Al llegar al punto de las nuevas tecnologías, podemos decir que, actualmente, éstas son las que organizan los modos de expresión de las sociedades, a través de las directrices de las grandes corporaciones. Esto logra un control social sin precedentes en la historia reciente, ya que los estados y sus leyes son ineficientes frente al gran poder de las transnacionales.

Una de las tecnologías (no tan nueva) que ha servido de gran cohesionador social ha sido la televisión. Desde la última mitad del siglo XX, la televisión ha formado (¿o deformado?) la opinión de millones de personas alrededor del planeta. La televisión, cuyas directrices provienen del mercado corporativo, ha proporcionado información, dramas, noticias, deportes, sucesos...toda la historia a los televidentes

Esto ha hecho que, entre otras cosas, la producción de bienes culturales se haya industrializado, creándose así las llamadas industrias culturales (Shiller, 1993), como medio de control social.

## **La televisión.**

Al hablar de tecnologías, no podemos obviar a la televisión y cómo, a través de ésta, se ha deformado la sociedad actual. Por esta razón, diversos debates se dan en el ambiente intelectual sobre la función de la televisión, su valor o su desmérito dentro de la sociedad actual.

En los últimos años, la televisión ha sido el “mal de ojo” de muchos intelectuales (M. Barbero,1997); de esta manera, no han podido aceptar los retos que plantean los medios actualmente. Ese constante ataque hacia la televisión (al grado de decir que lo mejor que se puede hacer con este “siniestro” aparato es apagarlo) es el que ha impedido a estos intelectuales reconocer el valor de la televisión dentro de la vida cotidiana de las mayorías<sup>2</sup>. Esto lo único que logra es que las luchas en contra de la mercantilización del medio, las luchas por tener una televisión pública en manos de la sociedad civil, que pueda moldear la diversidad cultural de todas las fuerzas vivas de una sociedad ,quedan eliminadas, sin sentido.

Sin embargo, no podemos obviar cómo, a través de la televisión, se está deformando tanto la sociedad, que no es extraño pensar que esta llegue a convertirse en la sociedad narrada por Aldous Huxley, en su novela *Un mundo feliz* (N. Postman, 1991).

Las sociedades occidentales de los siglos XVIII y XIX eran muy habituadas a la literatura y, en general, a todo tipo de lecturas; fue en esos años en que se vivió la llamada *Era de la Razón*.

Esta *Belle Epoque* de nuestras sociedades duró hasta los inicios del siglo veinte, en el cual dos sucesos cambiaron radicalmente la forma de concebir el mundo: El

---

<sup>2</sup> Para entender mejor la defensa que Martín Barbero hace de la televisión como medio imprescindible en la formación cultural de la sociedad actual, remito al lector al artículo del mismo autor, “La televisión o el mal de ojo de los intelectuales”, en *Comunicación y Sociedad* (DECS, Universidad de Guadalajara), núm 29, enero-abril, pp. 11-22.

primero, la invención del telégrafo y el segundo, la invención de la fotografía. Con estos dos sucesos, la información que servía para “formar” dejó de ser lo que era, para convertirse en una infinidad de datos inconexos y sin capacidad de interpretar y readecuar a nuestra realidad. A partir del telégrafo, fue que se inició lo que conocemos como *noticias del día*. Fue así como apareció la televisión, creando un mundo lúdico en el cual los acontecimientos eran (y siguen siendo) presentados en segundos y luego desaparecían para dar paso a otros y así sucesivamente. Es tal la incidencia que tiene la televisión en nuestras vidas que hoy día la televisión atraviesa todos los quehaceres de una sociedad.

De esta forma, para creer es más importante ver y no leer, porque leer implica pensar y ver no; el ver está más asociado al disfrutar.

### **Homo “televidentis” o el hombre que no piensa.**

Vivimos dentro de una cultura en que la imagen priva sobre la palabra; y por esto el hombre pensante se está convirtiendo en un hombre televidente.

El problema no es que la imagen esté desplazando la palabra: el problema radica en que, a raíz de esto, el ser humano se está convirtiendo en un ser acrítico, sin la capacidad de diferenciar entre lo verdadero y lo falso. Y esta atrofia del intelecto se da desde la infancia, desde la edad en que los niños pasan horas y horas frente a ese aparato.

Este proceso de “imagennización” de la sociedad está cambiando la naturaleza del hombre, y comienza con los niños, quienes antes de saber leer y escribir, ya están absorbiendo todas las imágenes televisadas, atrofiando de manera irreversible la capacidad de abstracción, necesaria para entender el mundo en que vivimos.

El hombre pensante, el hombre que sabe, es producto de la cultura escrita y hablada; en cambio, el hombre televidente es producto de la cultura de la imagen, creadora de un mundo centrado sólo en lo que se ve. La televisión modifica radicalmente la mentalidad de muchas personas, lo que impide grandemente que éstas puedan reflexionar sobre ellas mismas y sobre la realidad que les rodea.

Además, no sólo el ser humano está cambiando con la utilización de la televisión, sino la naturaleza misma de la comunicación: pues hay una metamorfosis del contexto de la palabra hacia el contexto de la imagen. El problema es serio si vemos que la palabra es un símbolo que significa y la imagen no; la imagen es, desde que se ve, suficiente por sí misma; esto modifica sustancialmente la relación existente entre entender y ver: la imagen no se entiende, se aprecia. La palabra se entiende y se piensa.

Ahora bien, si lo anterior lo extrapolamos a la realidad de un niño, las cosas se complican. Como afirma Sartori: “Por encima de todo, la verdad es que la televisión es la primera escuela del niño” (Sartori, 1998). Y si la televisión es la primera escuela del niño, ésta le comienza a moldear su aparato cognoscitivo de manera que a los pocos años, este niño se convierte en un “video-niño”, enemigo acérrimo de los libros y adicto a la televisión, a través de la cual recompone su mundo y el de los demás. El problema de esto es que los “video-niños” comprenden su realidad desde la realidad que ven en la televisión, y lo peor de todo es que creen que es la verdad. Y esta actitud la tendrán de por vida, hasta convertirse en unos adultos con una pobreza cultural irreparable.

El daño que la televisión puede causar a los seres humanos viene dado en gran medida a que éstos poseen su saber, conocimiento y entendimiento por su capacidad de abstracción. Toda la cultura del ser humano, su comprensión a cerca de las realidades políticas, económicas, religiosas y sociales se basa en un “andamiaje conceptual” que en

nada tiene que ver con imágenes, son abstracciones. En este sentido, todo el saber humano se basa en un mundo inteligible, mas con la televisión, ese mundo inteligible es trastocado por un mundo sensible, a través del “puro y simple acto de ver”, lo que minimiza nuestra capacidad de abstracción y entendimiento de las cosas.

Vivimos dentro de una cultura en que la imagen priva sobre la palabra; y por esto el hombre pensante se está convirtiendo en un hombre de imágenes (G. Sartori, 1998).

La televisión, pues, organiza nuestra vida de manera tal que es el lente a través del cual vemos el mundo y sus habitantes. Esto lo podemos comprobar al observar la manera en que los medios afectan la vida cotidiana de la gente: Actualmente los media han creado una *segregación experiencial* (Thompson, 1995) en la que determinados fenómenos sociales tan comunes como la muerte, la locura...se separan de los contextos de la vida diaria de las personas. Para muchos individuos la experiencia de alguien que muere, más que algo de la vida cotidiana, es algo raro; estas sensaciones son producto de la *segregación experiencial*.

Por el otro lado, está la experiencia desde la interacción mediática, es decir que cada vez más las personas experimentan sensaciones y vivencias desde y gracias a los medios; las cuales sin la ayuda de los media, no sucederían en su localidad.<sup>3</sup> Así, vemos cómo el desarrollo de los medios afecta grandemente el proceso de relación interpersonal. Antes del desarrollo mediático, el sentido de la vida era adquirido por las personas a través de la interacción cara a cara. Sin embargo, este proceso de apropiaciones simbólicas se ve alterado con la aparición y desarrollo de las instituciones

---

<sup>3</sup> Para Thompson, la capacidad de experimentar *in situ* es cada vez menor: la capacidad de experimentar está desconectada de la capacidad de encuentro. Thompson, John B. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona, 1998. Pp. 269-302.

mediáticas. Ahora, el proceso de socialización depende del acceso a formas de interacción mediática, tanto impresas como electrónicas.

### **La globalización.**

Todo, las relaciones de trabajo, la economía, la cultura, lo social... se ve atravesado por la globalización; esta etapa histórica es resultado de un proceso complejo, que tuvo sus orígenes desde mediados del siglo XIX, que ha tenido su desarrollo a lo largo del siglo XX y su cúspide en los últimos diez años y el inicio del nuevo siglo/milenio. La globalización ha reestructurado las relaciones sociales hasta ahora existentes; además, ha modificado radicalmente todas las concepciones de tiempo/espacio que hasta ahora hemos conocido (I. Wallerstein, 1991).

A raíz del proceso de la globalización, la “sociedad global” va desarrollando ciertas conductas que la van moldeando de una forma totalmente diferente.

En ese molde social encontramos grandes contradicciones: a la vez que el proceso globalizador genera relaciones de interdependencia e integración, existen, también, relaciones de fragmentación y antagonismo (O. Ianni, 1995). Por ejemplo, en América Latina, la globalización se percibe desde dos escenarios: La apertura nacional, debido al modelo liberal hegemónico. Y la integración regional, a través de la cual los países buscan insertarse competitivamente en el mercado mundial. Tanto la apertura nacional como la integración regional colocan a la “sociedad del mercado” como requisito de entrada a la “sociedad de la información”. A la vez, la apertura económica nacional está propiciando la desintegración política y social de las naciones. Este tipo de relaciones son de una importancia capital por tener implicaciones locales, nacionales e internacionales.

Los movimientos integradores/fragmentadores son producto del orden de cosas existentes dado por el capitalismo y su proceso globalizador. Mas sin embargo, a la vez que hoy día existen más bloques de países, políticas económicas... hay, también, serios movimientos y conductas desintegradoras. Esto se da porque el campo de acción de los procesos integradores es el mismo que el de los procesos de fragmentación y antagonismo: la totalidad de la sociedad y su producción laboral y cultural.

Pero no se debe olvidar que también las industrias culturales han contribuido en la generación de movimientos integradores/fragmentadores. Acorde con el actual proceso de desigualdad económica que se da por la aplicación de la doctrina neoliberal (punta de lanza de la globalización), existe, también, una globalización de la comunicación desigual, en la que unos grupos se benefician más que otros. En este sentido el conglomerado actual que rige las políticas informacionales a nivel global, acumula poder simbólico: su incidencia en lo social y en lo cultural de lo grupos humanos de todo el planeta, le da un poder que sobrepasa, ya, al de algunos Estados-nación. Se debe notar, también, que este poder simbólico que detentan las transnacionales mediáticas les permite posicionarse como piezas claves en la difusión del sistema de globalización, no sólo de la comunicación, sino como el estado histórico, político, económico y sociocultural de la humanidad actual (J. Thompson, 1995).

La globalización de la comunicación implica, también, un flujo asimétrico de los productos basados en la información; esto genera grandes desigualdades en términos de acceso a las redes globales de comunicación, “encarnadas” en las nuevas tecnologías, las cuales configuran nuevas formas de relación y, a la vez, de exclusión entre las personas. Los espacios de relación y encuentro en nuestras ciudades están sufriendo grandes mutaciones debido al uso de las nuevas tecnologías desde la globalización de la

comunicación. Esta globalización de nuevas tecnologías crea un “espacio-mundo” de menos relación, encuentro y cooperación entre las personas.

El proceso de la globalización se da dentro de un proceso histórico mayor (que algunos autores han dado en llamar “Posmodernidad”), entendido éste como el momento en que los paradigmas han sido quebrados; la historia se quebró, pues la ciencia y la tecnologización de la sociedad no pudieron resolver los problemas fundamentales de los seres de carne y hueso, los que sueñan, tienen miedos, alegrías y frustraciones. Para todos ellos, la razón no resuelve los problemas de incomunicación, falta de solidaridad y soledad; nunca en la historia de la humanidad había existido cantidad tal de “medios de comunicación”, pero ¡qué paradoja! nunca esta misma humanidad había estado tan incomunicada y sola como ahora. Esto lo demuestra la infinidad de “interacciones” mediáticas existentes actualmente: la expansión de la pornografía (el cibersexo), los sentidos eróticos difundidos por la industria televisiva, los “robots emocionales”, los usos amorosos del correo electrónico y los sueños eróticos que la imagen digital hace posible (R. Gubern 2000). He aquí la crisis actual por la que atraviesa la humanidad: fragmentada, antagónica, intolerante y sola.

Al proceso globalizador podemos achacarle la creación de una sociedad más compleja, contradictoria y múltiple; pero no podemos quitarle el mérito de la formación de una sociedad en la cual las culturas se encuentran, colaboran, agreden y cambian constante y recíprocamente, creando conceptos que tratan de designar y representar de la forma más comprensible posible la nueva realidad, nacida a partir del proceso globalizante: Occidente y Oriente, Norte y Sur, Primer y tercer Mundos, Centro y Periferia, Clase Pudiente y Grandes Mayorías, Modernización y Nacionalización...

La globalización crea también movimientos integradores, “civilizadores”; de esta manera, los grupos sociales se humanizan a través de este proceso. La cultura –que

es un conjunto de valores, formas de ver el mundo, tradiciones, esperanzas, formas de ser, sentir y actuar– sufre una metamorfosis al mezclarse con otras culturas, valores y modelos; así, sale enriquecida logrando una universalidad que beneficia a la sociedad. A través de la globalización, los particularismos se fusionan y crean universalidad.

Por esto, las nuevas tecnologías deben ser aparatos de cohesión de la sociedad y no de cosificación social; deben ser medios que permitan a las mayorías insertarse de la mejor manera posible en la globalización; potenciar la irrupción de una sociedad civil más presente; cooperar en la redefinición de los Estados. Las nuevas tecnologías, cito ala académica mexicana Rossana Reguillo, deben servir de ayuda para “una sociedad que, pese a todo, da muestras de vitalidad y de esperanza en el futuro”; de lo contrario, esta época de Internet y democracia terminará de la misma forma que el positivismo y la industrialización del siglo XIX, y la ciencia del siglo XX, reduciendo al ser humano a un mero engranaje, a un número más.

## **Bibliografía**

- Gubern, Román (2000). *El eros electrónico*, Taurus, Barcelona.
- Ianni, Octavio (1998). *La sociedad global*, Siglo XXI, México.
- Martín Barbero, Jesús (1997). “La televisión o el mal de ojo de los intelectuales”, en *Comunicación y Sociedad*, DECS, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- Postman, Neil (1991). *Divertirse hasta morir*, Ediciones de la Tempestad, Barcelona.
- Sabato, Ernesto (1998). *Antes del Fin*, Seix Barral, Buenos Aires.
- Sartori, Giovanni (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, México.
- Shiller, Herbert (1993). *Cultura S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública*, CEIC, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- Thompson, John (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona.
- Wallerstien, Immanuel (1998). *Impensar las ciencias sociales*, Siglo XXI/CIICH UNAM, México.
- Williams Raymond (1997). *La política del modernismo, contra los nuevos conformistas*, Manantial, Buenos Aires.