

El Malestar de la Brecha Digital

Aníbal Ford

La base de mi razonamiento es que mientras por un lado tenemos que investigar, rastrear, discutir, los cambios constantes de las nuevas tecnologías o los temas y problemas que generan, por otro tenemos que tener en cuenta que esta problemática es solo parte de la cultura de un 10% o 15% de la población mundial. Que el resto, que el "rest of the world" como diría la revista Colors de Benetton/Mondadori, casi el 80% de la población mundial, no participa de estas preocupaciones o discusiones, salvo en los sectores económicamente más altos de los llamados eufemísticamente "países en vías de desarrollo".

Digo esto en el marco de una brecha social, económica, pero también infocomunicacional y cultural que he analizado en otros trabajos(1) y que en los últimos 30 años se duplicó, con tendencia a seguir creciendo. Doy algunos ejemplos:

En el plano socioeconómico:

- Según el IDH del PNUD del 2002: el ingreso del 1% más rico de la población mundial equivale al del 57% más pobre. El 10% más rico de la población de los Estados Unidos tiene tantos ingresos como el 43% más pobre de la población mundial. Dicho de otra manera los ingresos de los 25 millones de estadounidenses más ricos equivales a los ingresos de casi 2000 millones de personas. La relación entre los ingresos del 5% más ricos del mundo y el 5% más pobre es de 114 a 1 (2)
- El mismo informe comenta en su primer capítulo que "una niña nacida hoy en Japón tiene 50% de posibilidades de vivir hasta el SXXII, es decir a llegar a los 100 años, mientras que un recién nacido en Afganistán tiene una posibilidad entre cuatro de morir antes de cumplir los cinco años de vida"(3).
- Otro ejemplo: en la reunión de la FAO en Roma se divulgaron otros datos de esta cruel aldea global: existen cerca de 800 millones de desnutridos en el mundo, y cada 7 segundos muere un niño por males asociados a la desnutrición. Problema difícil de solucionar cuando los países ricos tienen como prioridades la recesión, el terrorismo y los conflictos de Medio Oriente.

En el plano Infocomunicacional:

- Aunque haya crecido fuertemente el teléfono celular "en los países en desarrollo y en los países menos adelantados"(4) , en lo que respecta a Internet "Al término del año 2000, sólo un 5,46% de la población mundial estaba conectada a Internet según los datos de la consultora Júpiter MMXI. Esto significa que hay poco más de 330 millones de personas, de los 6000 millones de personas del planeta que accede a Internet. Si tenemos en cuenta que sólo el 7,71% de la población mundial dispone de ordenador, resulta que el aclamado éxito de Internet como plataforma de base para la globalización está siendo muy selectivo y no deja de estar ligado al desarrollo tecnológico de las sociedades [...] En la actualidad el 90% de los internautas se encuentra en los países industrializados. Sólo entre EEUU, Canadá y los países del norte de Europa se concentra más del 60% de la población total

internauta, mientras que en todo el continente africano hay sólo 400.000 usuarios y entre todos los países de Oriente apenas se llega al 1% del total (5)"

Esto genera una división muy fuerte en el mundo que contextualiza todos nuestros trabajos, por más sofisticados que sean y que también ubica en una situación crítica a muchas teorías de la comunicación, la información, la cultura que se enuncian en libros y papeles como si fueran universales o por lo menos con un alta pretensión de universalidad o de cultura "única".

Pero antes de ingresar en esto quiero señalar que esta división, que esta brecha, no implica una separación total sino conexiones críticas, consecuencia del sistema mundial. Y estas conexiones son fuertemente unidireccionales como analizamos cuando en Okinawa el G8 y el DOT Force de Davos(6) propusieron informatizar al mundo como estrategia para salir de subdesarrollo, la pobreza y la exclusión(7) . Un claro ejemplo de cómo se intenta imponer una vez más una concepción del desarrollo(8) y de cómo la "sociedad de la información" no es sólo una denominación sino un proyecto(9) . Y recuerdo aquí como contexto crítico que un 30% no tiene energía eléctrica y otro tanto no está alfabetizado.

"Las tecnologías- señala el PNUD 2001- tienden a crearse crecientemente por las empresas transnacionales (más del 60% de las actividades de investigación y desarrollo son realizadas ya por el sector privado) siguiendo la demanda de los consumidores de altos ingresos y no las necesidades de los pobres que tienen escaso poder de compra. Los países miembros de la OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económico), con el 19% de la población mundial, registraron el 99% de las 347.000 nuevas patentes emitidas en el 2001. No existen incentivos para desarrollar tecnologías que atiendan las necesidades de los pobres"(10). En gran medida esta crítica coincide con los planteos de Herbert Schiller - que veremos más adelante- sobre las carencias en la información "socialmente necesaria" (11)

Esta unidireccionalidad se ve en lo material -concentración en la producción y distribución global(12) - pero también en caracterizaciones, como lo señalamos, de la sociedad global como "sociedad de la información"(13) cuando en realidad la sociedad global se caracteriza por altos niveles de hipoinformación y de ausencia de lo que Schiller denominaba la "información socialmente necesaria(14)" en el marco de la "data deprivation". Actualmente, el enorme poder de las empresas económicas privadas se ha extendido nacional e internacionalmente, e influyen directamente en las decisiones económicas, las elecciones políticas y la producción y diseminación de imágenes y mensajes. La información ha dado una vuelta de tuerca sobre su transformación y se ha convertido en un commodity o mercancía(15).

La unidireccionalidad en los flujos de información se evidencia también cuando ese 80% de a población mundial es concebido como un potencial mercado por medio del cual grandes empresas mundiales de telefonía celular, contenidos audiovisuales e Internet, pero también otras empresas de consumo masivo - como Coca Cola- pretenden expandir su ganancia a través de estrategias de "marketing étnico"(16). El crecimiento de la comercialización de lo étnico tiene diversas causas: el crecimiento del mercado étnico, la búsqueda de captura de sus consumidores, la atracción por lo exótico - viejo dispositivo de los países centrales que tiende a la "admiración" de las culturas "lejanas" estableciendo una relación de "exotismo" motivada por la

globalización y el multiculturalismo- la reificación del multiculturalismo, el desarrollo poderoso del comercio y del turismo, la televisión satelital, etc.

Pero también lo importante es la carga simbólica de los contenidos de los medios cuasi globales: etnocentrismo(17) , visión exótica del resto del mundo, estigmatización(18) , discriminación cognitiva, etc., al margen de que se han atribuido el derecho a procesar la cultura de los otros en franco choque con "los derechos a la diferencia cultural"(19) y con las necesidades de que cada cultura determine autónomamente cual es la información socialmente necesaria para su desarrollo. Esto está claro en la forma en que es utilizado el concepto de "cultural deprivation": Jenks sostiene que los teóricos que abogan por esta noción la entienden como una "discriminación positiva". El propósito de esta política es transmitir en la situación educativa ciertos valores, ideas y sentimientos (lo que se llamaría "sentimientos culturales") de la *mainstream culture* de esa sociedad(20) . Los grupos minoritarios son vistos como culturalmente deficientes, mientras que deberían ser considerados culturalmente diferentes(21) .

Por otro lado está claro que no es sólo por el desarrollo tecnológico informático que se va a salir de la pobreza o de ese término que - tal como señalan Boltanski y Chiapello- se ha desarrollado trágicamente en el último cuarto de siglo: la exclusión. (22)

A partir de esto yo quiero señalar en un marco que no margina de manera apocalíptica las innovaciones tecnológicas - y esto quiero enfatizarlo- una preocupación: me refiero al excesivo carácter universal que le damos a las teorías sobre comunicación, cultura e información o a teorías dependientes de ellas como las de periodismo y los medios en nuestros trabajos.

Sin entrar en las discusiones que desde la tesis Sapir - Whorf se dieron con respecto al relativismo lingüístico en las tesis sobre pensamiento y lenguaje y a las justas críticas que se le hicieron desde la antropología y el análisis cultural lo que quiero señalar es la diferencia en el uso de ciertos conceptos claves de estas teorías en las diversas culturas.

Y doy un ejemplo con la teoría del periodismo ¿es en todas las culturas igual el concepto de noticia y noticiabilidad, de acontecimiento, de news making o de gatekeeping?

O con la teoría de la comunicación: ¿es lo mismo el pensamiento metacomunicacional - que todas las culturas de alguna manera lo tienen- entre las diversas culturas, se diferencien o no por sus dispositivos de oralidad o de escritura? ¿ es lo mismo el concepto de información - en el sentido lato- para un norteamericano que consume en un New York Times del domingo la misma cantidad de papel de diario que un africano en todo un año(23) ?

Un pequeño desvío. Cuando digo pensamiento metacomunicacional en otras culturas me refiero aún a culturas con un bajo nivel de desarrollo económico e incluso muy antiguas. En un viejo libro titulado El hombre primitivo como filósofo Paul Radin citaba un viejo proverbio masai (Tanzania) que bien podría aplicarse a la construcción del acontecimiento. Dice así: "Cuando ocurre un suceso, solo una parte de la verdad se saca afuera; lo demás se retiene". En otros casos se hacen presente los conflictos como en el dicho mapuche recogido por Berta Koessler: "las cosas

escritas se pierden. La palabra escuchada queda para siempre"(24) . Y muy anterior a Sausurre, y a Korzybski(25) del mapa y el territorio, es el dicho criollo "que importa el retrato si la moza esta en París". En otros trabajos he señalado como pone en escena grandes problemas de la comunicación y de la construcción del sentido un viejo relato folklórico conocido como "El Debate por Señas"(26) .

Vuelvo a las preguntas, a las que me hice y a muchas otras, a raíz del crecimiento de las relaciones interculturales tanto reales como simbólicas debido al crecimiento de las migraciones - muy golpeadas después del 11S- , del turismo internacional, de los desplazamientos de las unidades de producción económica o de los conflictos bélicos o políticos y también de la televisión satelital. Y todo lo que esto plantea como problemática cultural o como reivindicación multicultural - con todo lo crítico que puede tener este último concepto- en los referente a la legislación o el derecho a la diferencia cultural.

También por la concentración e imposición internacional de las fusiones y la convergencia , pero en plano más teórico al crecimiento ya sea a través de Internet o de las grandes editoriales académicas - sobre todo las anglosajonas- de la presencia o imposición de un corpus teórico que inserto en otras culturas pueden no solo chocar sino transformarse en meros rituales cuando no en dispositivos de dependencia o de construcción, en el sentido gramsciano, de la hegemonía de los países dominantes.

Esto no quiere decir como señalé antes que no debemos enfrentarnos con temas como la hiperinformación y el data smog, la relación entre las noticias y la información organizada(27) , el infodesign, la convergencia y la sinergia, los sistemas inteligentes y el control social, la ecología de los medios convencionales y nuevos, la reconversión y formalización digital de la cultura en diversos planos, los cambios en las relaciones entre lo fáctico y lo simbólico, los dispositivos de simulación y representación, las diversas crisis de los saberes e instituciones de la modernidad, etc; sino que debemos enfrentarlos sin perder de vista su relación conflictual con ese 80% de la humanidad marginado o excluido - en el cual están incluidos amplios sectores de la sociedad latinoamericana- y para el cual estas transformaciones, constantes o no, no significan nada o tienen un sentido muy diferente.

Y esto implica desde el punto de vista político y cultural el ingreso en discusiones más fuertes sobre los usos de los términos "comunicación", "cultura" e "información" en las diversas culturas; la crítica a los dispositivos de elaboración intercultural como commodities del creciente marketing étnico; y por fin, no sólo un mayor nivel de transferencia de nuestras investigaciones - me refiero a América Latina- sino de aporte a las incipientes propuestas de periodismo intercultural o de crítica a los avances macartistas o etnocéntricas a las ciencias sociales(28) . Todo lo cual hay que tenerlo en cuenta en las estrategias de comunicación, participación ciudadana e integración de América Latina.

En lo que hasta aquí he planteado subyacen alguna preocupaciones básicas:

- 1- La crítica apocalíptica a las nuevas tecnologías y el desconocimiento del rol que hoy juegan en el asimétrico sistema mundial más allá de que, y esto hay que hacerlo notar, muchos movimientos contra la globalización neoliberal hagan, por ejemplo, un buen uso de Internet.

2- Las diversas utopías de la comunicación que hacen que muchos de los que investigan las nuevas tecnologías descuiden o desconozcan el mundo que está del otro lado de la brecha tanto desde el punto de vista social y político como cultural(29). Un claro ejemplo de esto lo constituyen los usuarios que construye el marketing de las nuevas tecnologías(30).

En síntesis: nuestras obligaciones políticas y culturales implican superar ese malestar con el que nos enfrentan las enormes diferencias y brechas que hemos señalado y trabajar en ambos polos, reconocer que esta cruel aldea global forma parte de un sistema crítico e injusto que avanza con una cultura única por arriba de las diferencias, de los diversos caminos culturales. Porque como bien sabemos todas las culturas tienen algo que aportar, aún en su propia diversidad, para una vida más digna(31) .

Notas

1. Por ejemplo: La Marca de la Bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea. Buenos Aires: Norma, 1999. 2º ed., 2003. O "Una navegación incierta: Mercosur en Internet", París, Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Gestión de las Transformaciones Sociales (MOST). Documento de debate N° 28, 1998
2. Informe de Desarrollo Humano 2002 del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Madrid, Mundi Prensa, 2002
3. Informe de Desarrollo Humano, Op. Cit.
4. Informe de Desarrollo Humano 2002, Op. Cit.
5. "Internet y el proceso de globalización están produciendo una redistribución selectiva del nivel de las sociedades en todo el mundo" 2001 en www.noticias.com
6. El Digital Opportunity Task Force (DOT Force) es un grupo de tareas constituido en gran medida por compañías líderes en tecnología informática y medios, comunicaciones y entretenimiento (entre las más conocidas a nivel mundial figuran: Alcatel; America On Line - Time Warner; AT&T Company, Cisco Systems Inc, Cisneros Group Company, Ernst & Young LLP; France Telecom; Hewlett Packard Comany; IBM Corporation; Jazztel Telecom.; Microsoft Corporation; Mitsubishi Electric Corporation; Motorola Inc.; Movicom Bellsouth; MTV Networks Organizações Globo; Siemens AG; Sony Corporation; Telefonica S.A.; Toshiba Corporation; Viacom Inc.) que se constituyó en el World Economic Forum de Davos del 2000 con el objetivo de realizar trabajo conjunto para lograr reducir la Digital Divide (Brecha Digital). Su primer propuesta se presentó en la reunión cumbre del G8 en Okinawa en julio del 2000 bajo el título "From the Global Digital Divide to the Global Digital Opportunity". Para mayor información cfr. Ford, Aníbal "El G-8, Okinawa y la "digital divide" o la utopía comunicacional como sistema de dominio" en Dialogos de la Comunicación N° 59-60.
7. La propuesta de "informatizar al mundo" como solución madre para la pobreza, fue oficial en la reunión cumbre del G8 en Okinawa en el año 2000. Las protestas que surgieron en su contra presagiaban el auge de los movimientos antiglobalización que nacieron en Washington en 1999 y declinaron su protagonismo en los medios a partir de septiembre de 2001. Cfr. "Okinawa, el G8 y la Digital Divide o la informatización como sistema de dominio" en Dialogos de la Comunicación N° 59-60. También Cfr. Ford, Aníbal y Leonardi, Mara "Contra la globalización neoliberal" Revista Ciencias Sociales N° 45, marzo de 2001. Reproducido en www.bazaramericano.com
8. Cfr Escobar, Arturo La invención del Tercer mundo. Construcción y deconstrucción del Desarrollo. Bogota, Norma: 1998. Capítulo 3
9. Cfr. Becerra, Martín Sociedad de la información. Proyecto, convergencia, divergencia. en curso de publicación en Editorial Norma. También Roncagliolo, Rafael Problemas de integración cultural: América Latina en curso de publicación en Editorial Norma.
10. Informe sobre Desarrollo Humano 2001, Op. Cit.
11. Schiller, Herbert "Data Deprivation" en su Information Inequality. New York, Routledge: 1996
12. En parte relacionada con el crecimiento crítico de la participación en el producto bruto de los países desarrollados de la economía de las empresas de informática, productos audiovisuales e industria cultural en general, fusiones, megafusiones, "convergencia" (fusión entre empresas de medios de información y/o de entretenimiento con empresas de informática y de telecomunicación) y sus efectos sobre las estructuras estatales y de lo político, sobre el corpus legal, sobre la constitución de la opinión pública y la democracia, sobre sistemas y formatos de comunicación y construcción de sentido. Concentración de la producción de hardware y software, de contenidos para Internet de producción de

- noticias, programación y películas en los países más desarrollados del mundo que poseen además el monopolio de la exportación. La hegemonía de los Estados Unidos tanto en los buscadores de Internet como en los CD-ROM (por ejemplo, los enciclopédicos, educativos, o de referencia) desplaza o descarta fuertes masas de información sobre los países del Tercer Mundo. Además, el inglés se usa en casi el 80% de los lugares de la Web, aunque menos de 1 de cada 10 habitantes del mundo hablan ese idioma. Cfr. Ford, Aníbal "Procesados por otros: diferencias infocomunicacionales y sociocultura contemporánea" en Encrucijadas. Revista de la Universidad de Buenos Aires, Nº 9, julio de 2001
13. Frank Webster distingue analíticamente cinco definiciones de sociedad de la información : tecnológica, económica, ocupacional, espacial y cultural La mayoría de las definiciones de sociedad de la información ofrecen una medición cuantitativa (ej : número de trabajadores de cuello blanco, participación en el GNP, etc.) y asumen que hemos ingresado en la sociedad de la información cuando éstos han empezado a predominar. Pero no esclarecen campos que designen un nuevo tipo de sociedad : si simplemente hay más información es difícil de entender que exista algo realmente nuevo. Es posible describir un nuevo tipo de sociedad si es posible localizar información cualitativamente diferente en su orden y función. Es necesario analizar la información en términos cualitativos : qué clase de información se ha incrementado, quién genera esa información, y con qué propósitos y consecuencias. (subrayado nuestro). Cfr. Webster, Frank, "Information and the idea of Information Society" en su: Theories of information society, Routledge, Londres, 1995. Para ampliar sobre el tema también Cfr. Roncagliolo, Rafael Problemas de integración cultural: América Latina y Becerra, Martín Sociedad de la información. Proyecto, convergencia, divergencia, ambos en curso de publicación en Editorial Norma
 14. Schiller, Herbert. "Data Deprivation" en su: Information Inequality. New York, Routledge, 1996
 15. Schiller también afirma que la información gubernamental ha sido desviada para la elaboración de productos comerciales, cuando no ha sido eliminada. La "privatización" de la información -gubernamental y científica- tiene efectos profundamente antidemocráticos. Cfr. Schiller, Herbert. Op. Cit.
 16. "Comercio Étnico: um mercado, dois destinos" en Observatorio do Comercio <http://www.obscom.min-economia.pt>
 17. Es frecuente en los países centrales la estigmatización o la representación etnocéntrica de ciertas culturas en productos audiovisuales de ficción y no ficción. La utilización de los "tropos del imperio" tal como los denominan Shohat y Stam se naturaliza en producciones "multinacionales" que circulan por el mundo entero. Cfr. Shohat, Ella y Stam, Robert Unthinking Eurocentricm. Multiculturalism and the media, London: Routledge, 1994
 18. Como señala Rossana Reguillo: "si la estrategia metropolitana de la colonia fue la de infantilizar e inferiorizar a sus sometidos otros, en la llamada sociedad de la información , los dispositivos mediáticos de representación de la otredad latinoamericana dotan a la idea de inferioridad de nuevas metáforas y tropos que sólo contribuyen a ensanchar las asimetrías en el sistema de identidades vigentes". Cfr. Reguillo, Rossana "Pensar el mundo en y desde América Latina". Desafío intercultural y políticas de representación". 23º Conferencia y Asamblea General AIECS/AMCR/AIERI, Barcelona 21 al 26 de julio 2002
 19. Como ejemplo de esto, y de la discriminación que opera de fondo, puede citarse el artículo de Genaro Salom en www.comminit.com donde se menciona entre las principales razones de la brecha digital a las "fallas de líneas de pensamiento lógico. La lógica de cómputos no está acorde con la línea de pensamiento de los países latinoamericanos".
 20. Tal como plantea Chris Jenks se asume que la mainstream culture se manifiesta típicamente en formas de conocimiento, modos de enseñanza, y roles y comportamientos instituidos. Los chicos "culturalmente privados", son precisamente aquellos que no tienen incorporado estos patrones culturales. Lo que proponen los teóricos de la cultural deprivation es compensar, dar un antídoto, a esta falencia cultural de los grupos minoritarios. Cfr. Jenks, Chris: "Cultural deprivation: a case study in conceptual confusion" en su: Culture. London, Routledge, 1993.
 21. Esto está también íntimamente relacionado con las concepciones de "desarrollo" impuestas por los países centrales al resto del mundo. Cfr. Escobar, Arturo La invención del Tercer mundo. Construcción y deconstrucción del Desarrollo. Bogota, Norma, 1998.
 22. Boltanski, L. y Chiapello, E "El renacimiento de la crítica social" en su: El nuevo espíritu del capitalismo Madrid: Ediciones Akal, 2002
 23. Ortiz Crespo, Gonzalo "La información y la comunicación en la era de la integración y la globalización", documento bajado de Internet, CEFIR (Centro de Información para la Integración Regional) 1997
 24. Koessler-Ilg, Berta Tradiciones Araucanas. Instituto de Filología Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata, 1962
 25. Korzybski, A. Science and Sanity, Nueva York, Science Press, 1941. Citado por Bateson, Gregory en Pasos hacia una ecología de la Mente. Una aproximación revolucionaria a la autocomprensión del hombre, Buenos Aires, Ediciones Carlos Lohlé, 1976
 26. Cfr. Ford, Aníbal "Los medios: tráfico y accidentes transdisciplinarios" en su: Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis Buenos Aires, Amorrortu:1994

27. Brian K Smith. "The I:O Manifesto". Information Organized. MIT Media Laboratory.
<http://io.media.mit.edu> 15 May 2001.-
28. Cfr. Ford, Aníbal "Macartismo y Ciencias Sociales" en Pagina/12, 6 de mayo de 2002
29. Esto incluye problemas complejos en los conjuntos culturales de los países dependientes. Cfr. Martín Barbero, Jesús "Reconfiguraciones comunicativas del saber y del narrar" en su. La educación desde la comunicación Buenos Aires, Norma, 2002
30. Cfr. Ford, Aníbal "¿Lo que no está en Internet no existe?" Columna para la página Web de Felafacs, abril de 2000 <http://www.dgzero.org>
31. En la edición de este trabajo colaboró Mara Leonardi integrante del equipo que trabaja en el Proyecto "Los Problemas críticos de la agenda contemporánea. Mediaciones, comunicación y producción de sentido en la formación de la opinión pública y el imaginario social" (Proyecto 2001- 2003 UBACYT TS026 Categoría: C Institución: Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales de la U.B.A . Director: Aníbal Ford)