

Cultura y
desarrollo

**Comunicación
sostenible
y desarrollo humano
en la sociedad
de la información**

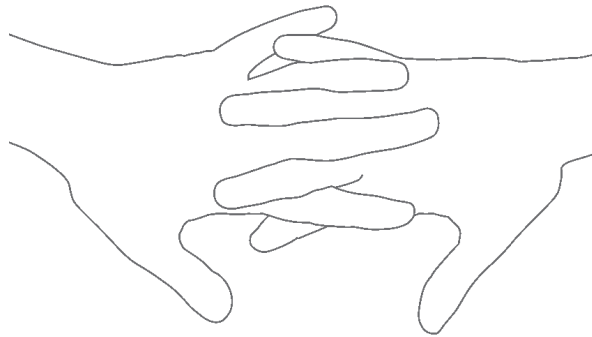
Consideraciones y propuestas
Juan Carlos Miguel de Bustos



**Comunicación sostenible
y desarrollo humano
en la sociedad
de la información.**

Consideraciones y propuestas.

Juan Carlos Miguel de Bustos.



© JUAN CARLOS MIGUEL DE BUSTOS. **Agencia Española de Cooperación Internacional. Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas.** Avda. Reyes Católicos, 4, 28040 Madrid. **Diseño de la colección y portada:** Cristina Vergara. **NIPO:** 502-06-035-5. **ISBN:** 84-8347-010-1. **Depósito legal:** M. 46746-2006. **Impresión:** EGRAF, S.A.

Agradecimientos

Quiero dar las gracias a todas las personas que directa o indirectamente han contribuido a que este texto haya visto la luz. En especial a los responsables del curso de doctorado de Economía Internacional de la Facultad de Ciencias Económicas de Bilbao, en el que desde hace una década imparto el curso de *Nuevas tecnologías: nuevas formas de exclusión*. El contacto con los alumnos y alumnas de estos cursos ha sido muy estimulante para continuar investigando las relaciones entre tecnología, comunicación y cultura, y es a quienes dedico este libro. A mi colega Gotzon Toral y a mi doctorando Benyi Arrocés, les agradezco las innumerables lecturas de los textos y sus socráticos consejos.

Índice

Presentación	9
Prólogo	13
Introducción	17
Capítulo I. Desarrollo humano, sostenible y participativo	27
1. Desarrollo sostenible.....	29
2. Desarrollo humano y comunicación.....	30
3. Desarrollo local.....	33
4. Cultura y desarrollo sostenible, humano y participativo.....	35
Capítulo II. La sostenibilidad de la cultura	37
1. Cultura y ecología. Ecología cultural.....	39
2. Sostenibilidad de la cultura y sostenibilidad del desarrollo	43
3. Las hipótesis de Canclini	47
4. Cultura del desarrollo y desarrollo de la cultura.....	49
Capítulo III. Las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs)	57
1. TICs y cambios.....	59
2. Las TICs y el desarrollo.....	61
3. TICs. Oportunidades y amenazas para la cultura digital.....	62
4. Las tecnologías de propósito general	65
5. TICs y diferencias de desarrollo.....	67
6. Riesgos y beneficios de las TICs.....	69
Capítulo IV. Sociedad de la información y sociedad del conocimiento	71
1. Sociedad de la Información	73
2. Informes sobre la sociedad de la información. Tecno y socioutopías	75
3. Cambios estructurales en la información.....	78

4. La sociedad de la información, según B. Miège.....	81
5. Sociedad del conocimiento	83
6. Sociedad del conocimiento, pero menos	84
Capítulo V. Nuevas tecnologías. Nuevas formas de exclusión: la brecha digital.....	89
1. Brecha digital.....	91
2. Avance con salto de etapas (leapfrogging).....	94
3. Sobre los usos de las TICs. Brecha digital en Latinoamérica.....	96
4. Índice de preparación a las redes	98
5. Contribución de Sciadas	100
6. Tecnologías de la Información y Bienes Públicos Globales.....	101
7. Brecha digital sí. Brecha digital no.....	103
8. Alfabetización y motivación	106
9. Participación en los organismos	110
Capítulo VI. Objetivos de desarrollo del milenio y comunicación.....	113
1. Objetivos de desarrollo del milenio y comunicación	115
2. Implementación de las TICs para alcanzar los objetivos del milenio.....	117
3. TICs y Cumbre Mundial de la SI.....	121
4. Contribución de las TICs a la reducción de la pobreza	123
Capítulo VII. Sobre comunicación y desarrollo. Del nuevo orden mundial de la información y de la comunicación (NOMIC) a la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI).....	127
1. El nuevo orden mundial de la información y de la comunicación (NOMIC).....	129
2. Del NOMIC a la CMSI	133
3. El olvido del NOMIC.....	134
4. Sociedad civil y Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información	138
5. Declaración de Principios y Plan de Acción.....	141
6. Financiación	143
7. El Programa de Acciones de Túnez.....	146
8. La gobernación de Internet.....	147
9. Modelos teóricos de gobernación	150

Capítulo VIII. Comunicación, participación y desarrollo	157
1. Comunicación, participación y desarrollo.....	159
2. Diseño de estrategias de comunicación.....	163
3. Participación y difusión.....	165
4. Acciones de comunicación para el desarrollo.....	170
5. Tipos de intervención de comunicación y desarrollo.....	174
Capítulo IX. Estrategias de comunicación para el desarrollo	179
1. Estrategias de comunicación. Aspectos de planificación.....	181
2. Acciones en la estrategia participativa de comunicación.....	184
3. Ventajas e inconvenientes de los diferentes medios de comunicación.....	187
3.1. Comunicación interpersonal y medios tradicionales.....	193
3.2. Medios escritos.....	195
3.3. Medios audiovisuales.....	196
3.4. Internet.....	200
Propuestas y líneas de actuación con relación a las TICs	205
A modo de conclusión	213
Bibliografía	219

Presentación



Colección Cultura y Desarrollo

La presente edición se inscribe en el proyecto editorial de la Agencia Española de Cooperación Internacional sobre Cultura y Desarrollo, fruto de la voluntad de profundizar en esta línea programática del Plan Director 2005 - 2008 de la Cooperación al Desarrollo.

El aumento de actuaciones y proyectos del sector cultural, con una voluntad de incidir en procesos de desarrollo, reclama una reflexión y conceptualización de experiencias y prácticas que nos permitan concretar la imprescindible aportación de la cultura a los Objetivos del Milenio. Estas actuaciones y posibilidades no encuentran espacios para su conocimiento y difusión, por lo cual estas publicaciones se pueden convertir en materiales de trabajo y reflexión para los actores de la cooperación al desarrollo.

A partir de la definición que dio Unesco en 1982 «La cultura puede considerarse como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias», intentamos ofrecer un análisis y propuestas desde diferentes disciplinas relacionadas con la cultura, así como recopilar experiencias exitosas que nos faciliten la sensibilización sobre la necesidad de la perspectiva cultural en las políticas de desarrollo.

Los contenidos y autores de esta colección son muy variados y de procedencia muy diversa con la voluntad de convertir esta colección en una plataforma de divulgación de diferentes materiales sobre la acción cultural como factor de desarrollo y lucha contra la pobreza. Sus títulos van dirigidos a las personas interesadas en este tema, a los agentes sociales que intervienen en las políticas de desarrollo y una aportación sobre la visión de este tema desde la práctica que se está realizando en España.

Esta colección se inscribe en el objetivo de divulgación de la Estrategia Sectorial Cultura y Desarrollo de la Cooperación Española e invita a su difusión y participación de las personas y organizaciones que están trabajando en este ámbito de la cooperación al desarrollo.

Prólogo



Hoy día uno de los baremos utilizados para medir nuestro desarrollo, ya sea individual o colectivo, es la capacidad para estar conectados. Las tecnologías de la información, darles un uso permanente y equitativo, son herramientas imprescindibles para construir procesos de crecimiento comparables y equánimes. El incremento de las TIC ocupa el valor central que antes le correspondía al desarrollo industrial. Manuel Castells ha dejado patente que el cambio que estas han producido ha afectado de forma directa a los procesos de desarrollo.

El sector de la cultura no escapa a este proceso. De hecho, la relación entre comunicación y cultura es, para muchos teóricos, un binomio indisoluble. La construcción de los acontecimientos culturales está cada vez más vinculada a la difusión de los mismos. La circulación de la actividad cultural y sus productos influye en los procesos de creación, modificando sustantivamente los patrones de mediación cultural entre las sociedades.

Tampoco podemos olvidar que gran parte de la singularidad del mundo actual tiene que ver con la existencia de espacios virtuales de comunicación como el mundo de las redes: son los nuevos espacios de inclusión o integración; los nuevos territorios en los que el concepto geopolítica queda obsoleto ante los nuevos procesos que podríamos denominar geoculturales. Es en el interior de estos nuevos espacios donde la disyuntiva entre lo global y lo local tiene lugar con unas consecuencias hasta el momento impredecibles. Lo que parecía iba a configurar una identidad global está exacerbando los localismos identitarios, ya sean estos territoriales, religiosos o étnicos.

Estos cambios nos obligan a replantear conceptos tan básicos como el de estado-nación, tradicionalmente considerado elemento de aglutinación social. Como señala Renato Ortiz, no es que el mundo contemporáneo sea un mundo sin fronteras, sino que nos encontramos ante el surgimiento de nuevas fronteras que se redefinen y se reorganizan.

Pensar cómo afecta esto al desarrollo, o cuales son las interacciones que hemos de estudiar con detenimiento a la hora de pensar en políticas de cooperación, son algunos de los interrogantes que Bustos nos deja encima de la mesa. Con este trabajo la Cooperación española pretende encontrar nuevos mecanismos que ayuden en esta relación imprescindible, cultura-comunicación; poniéndola al servicio de unas políticas que quieren integrar e incorporar a aquellas sociedades menos favorecidas.

El debate que se abre en estas páginas pretende contribuir al necesario proceso de inclusión de los ciudadanos como actores activos en la construcción comunicativa. No como meros espectadores, papel que hasta la fecha

PRÓLOGO

parecía corresponder a gran parte de las comunidades: la propuesta es que los medios también aprendan a escuchar para poder comunicar. Dejar participar para entender la pluralidad como una realidad y no como una sucesión de tópicos que no tiene repercusión en los diálogos reales.

ALFONS MARTINELL SEMPERE

Director General de Relaciones Culturales y Científicas

Introducción



INTRODUCCIÓN

El propósito de este texto es el de describir, analizar y relacionar distintos aspectos, en el ámbito de la comunicación, de la cultura y del desarrollo.

Estos tres conceptos pueden resumirse en uno solo, que es la cultura. No existe grupo humano sin cultura ni comunicación. La cultura y la comunicación se refieren a dos formas de considerar las relaciones en el interior de un determinado grupo o comunidad. Mientras que la cultura se refiere a la estructura —componentes de la cultura más interrelaciones entre estos—, la comunicación prima el proceso, o, si se quiere, es quien dota de existencia y permite las interrelaciones.

El desarrollo, o mejor el concepto de desarrollo, es netamente cultural. Para Castoriadis, las nociones de desarrollo y de progreso son valores específicamente occidentales y están imbuídas de la ideología judeocristiana de la infinitud, por lo que el desarrollo nunca tiene final, ya que no existe una meta determinada para alcanzar. En muy pocos casos se ha intentado establecer límites al crecimiento, haciendo énfasis en el reparto y en la distribución, entre los que destacan las propuestas del Club de Roma en los setenta.

Esta filosofía del crecimiento sin límites permite entender una buena parte de la historia de las acciones relacionadas con el desarrollo, en general, y con la comunicación, en particular. Durante un cierto tiempo, el desarrollo se asoció al crecimiento económico, pero al no poder concebirse determinados límites, el propio crecimiento ocupaba el lugar central, al que todo debía supeditarse.

Hoy, afortunadamente, asistimos a un cambio de paradigma cultural de gran trascendencia, que puede ser caracterizado mediante cinco consideraciones. La primera es el reconocimiento de que el desarrollo solamente cabe definirlo y alcanzarlo en un ámbito humano (el local) y debe estar al servicio de las diferentes comunidades que intervienen.

La segunda es que al presuponer que el desarrollo es humano, sostenible y participativo, se hace referencia a la cultura. En efecto, no existe nada más humano que la cultura, ni nada más esencial que su sostenibilidad para que evolucione. En el presente texto, la sostenibilidad se define como la búsqueda del pluralismo y de la diversidad. Por ello es por lo que realmente debiera hablarse siempre de cultura en plural.

La tercera es que debe acogerse con interés el esfuerzo que se ha llevado a cabo en las dos últimas décadas para buscar índices e indicadores que permitan medir, de manera alternativa, los grados de desarrollo. En este sentido, el Índice de Desarrollo Humano constituye un punto de inflexión, porque además de significar un paso en el cambio

de paradigma, supone un salto en el conocimiento al incorporar variables no siempre fáciles de cuantificar. En la actualidad, existe un gran movimiento para establecer indicadores de la sociedad de la información, entre los que cabe destacar la contribución de Sciadas y de la Disposición o preparación reticular, que se consideran en este texto. Por supuesto, no son sino una muestra de los trabajos realizados por organismos como la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), la Banca Mundial y otros, afortunadamente en cooperación entre ellos.

Como cuarta consideración, cabe señalar como un hito el establecimiento de límites determinados —en el tiempo— a objetivos específicos, como lo muestra la Declaración del Milenio, los objetivos establecidos en la primera fase de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información y el Plan de Acción sobre la Sociedad de la Información para América Latina y el Caribe (eLAC). Se rompe así con el absolutismo del desarrollo por el desarrollo y se establece una planificación mejor para alcanzar los objetivos y, en su caso, establecer las causas de no haberlos llevado a cabo. Otra cuestión es cómo y por qué se especifican unos objetivos y no otros.

La quinta consideración es que en este cambio de paradigma, la cultura —en tanto que estructura— y la comunicación —en tanto que proceso que recorre la urdimbre de relaciones, símbolos, componentes materiales, comportamientos, creencias, etc.— se autonomizan, de forma que pueden constituirse en fines u objetivos de desarrollo. Así, incrementar la capacidad de comunicar, fomentar la pluralidad o la diversidad, establecer mecanismos de participación, etc., pueden ser objetivos de desarrollo.

A estas cuestiones sobre desarrollo y cultura se dedican los dos primeros capítulos del libro. Los capítulos tercero, cuarto, quinto y sexto se dedican a las cuestiones tecnológicas que caracterizan a la sociedad de la información, a la vez que se aborda la «brecha digital» y la Declaración del Milenio.

Las tecnologías de la información, ocupan, muchas veces, el lugar central que antes le correspondía al crecimiento económico. No resulta fácil establecer las relaciones entre tecnología, economía y sociedad y, por tanto, con la cultura y la comunicación. Basta recordar que Giddens, Touraine, Castells¹, Miége o Mattelart, discrepan en ma-

1. Ver el exquisito texto de M. Castells, A. Giddens y A. Touraine, *Teorías para una nueva sociedad*, Cuadernos de la Fundación Botín, Madrid, 2002.

yor medida de la que coinciden. Cada uno de ellos utiliza un concepto —sociedad de redes, informacionalismo, sociedad de la información—, para dar cuenta de un determinado aspecto —histórico, proceso de cambio, estructura básica, etc.—. Tantos nombres para referirse a un determinado fenómeno dan cuenta de la complejidad de la sociedad de la información, y cada pensador busca analizar una parte de una teoría multidimensional, tal vez imposible de establecer en su conjunto.

Sí que existe cierta unanimidad a la hora de establecer cuáles son las transformaciones en la base de las denominadas tecnologías de la información y de la comunicación —digitalización, compresión, miniaturización, reticulación, diversidad de aplicaciones y movilidad—. Estas son la base de sociedad de la información, a la que se asocia la solución automática de una buena parte de los problemas que acucian a la humanidad —incluso disminuye la contaminación porque muchas personas no se desplazan en automóviles al trabajo—. De esta forma, los países en desarrollo no tendrían sino que coger el tren de las nuevas tecnologías, que, de manera automática, los llevaría a la sociedad de la información. Claro que, de nuevo, aparece el problema de la falta de límites: ¿cuál es la estación en que debe pararse? A esta falta de límites contribuye la indefinición del propio concepto y de su uso en un tiempo indefinido: ¿Vivimos ya en la sociedad de la información?, ¿desde cuándo?, ¿es mejorable?, ¿marca el fin de la historia?

Es Miége uno de los pocos autores que analizan la transformación que sufre la propia información: el incremento de la información no producida. Con ello quiere señalar la anulación de los intermediarios clásicos entre receptor y emisor, como el periodista o el comunicador. Esto es lo que significa el crecimiento espectacular del número y de los tipos de emisores que ofrecen contenidos en Internet. Muchos otros problemas no son tan nuevos, como el tratamiento de las noticias —discontinuidad, descontextualización, espectacularización—, que, tal vez, incluso se agraven.

Por otro lado, se observa que la sociedad de la información es diferente en los distintos países, por lo que se habla de la fractura o brecha digital, definida como la desigualdad en el reparto de las tecnologías de la información y comunicación o en el acceso a las tecnologías, como por ejemplo a Internet. En este texto únicamente se dan algunos indicadores y se apunta la división de teorías sobre la existencia o no de la brecha digital. El problema no es tanto que autores como Compaine consideren que las desigualdades son algo transitorio, que han acompañado a todas las tecnologías, sino que consideren que la tecnología —por medio del mercado— es capaz de gestionar también el ámbito social, el político y el cultural, con resultados siempre satisfactorios.

Negar la existencia estructural de la brecha digital puede interpretarse como un intento de resucitar las teorías modernizadoras de los años sesenta, que asignaban a determinadas acciones o teorías éxitos automáticos: transfe-

rencia de tecnología, sustitución de importaciones, etc. En este sentido, se descubre que los objetivos de desarrollo —humano, sostenible y participativo— pueden alcanzarse de manera alternativa —menos individualizada—, desde el momento en que las tecnologías pueden ser compartidas en telecentros o cibercafés, por ejemplo.

Se han elaborado muchos estudios sobre la brecha digital. Además de la comparación entre países, algunos consideran las diferencias en el interior de los países más ricos, incluido Estados Unidos, lo cual da visibilidad a un problema, el de la exclusión, que requiere la intervención de todos los agentes de la sociedad y no solamente del mercado para su solución efectiva.

El problema es que el nombre «brecha digital» se utiliza para todo tipo de situaciones, sea en el interior de un país desarrollado, sea para comparar las diferencias entre países. Ambos son aspectos de lo mismo y, especialmente en el último caso, se requiere la ayuda y la cooperación, que podría justificarse no solamente como ejercicio de solidaridad con los países en dificultades, sino también porque las tecnologías de la información y de la comunicación son bienes públicos globales. De la misma forma que existe el «beneficio reticular» asociado a las redes —es mejor para todos participar en una red cuantos más usuarios haya—, cabe pensar que podría existir un «beneficio cognoscitivo», en la medida en que es mejor para toda la humanidad compartir el acceso a la información, porque cada parte que mejora aumenta las posibilidades de mejora para el resto.

En este sentido, resulta alentadora la multiplicación de iniciativas para equipar a los países en vías de desarrollo con tecnologías de la información y para promover el acceso y la alfanumerización.

Los países en desarrollo se enfrentan a un doble problema. Por un lado, deben decidir entre políticas que pueden moverse en direcciones diferentes, y por otro, deben decidir entre políticas de las que no se conoce el grado de sustitución entre ellas. En el primer caso, una política de infraestructuras o de acceso a las redes puede suponer la exclusión de cierto número de personas o grupos, al menos en una primera etapa, ya que son los grupos más privilegiados quienes primero acceden a las infraestructuras. Por otro lado, los recursos que se destinan a las tecnologías de la información no se destinan a solucionar problemas, tal vez más acuciantes, como la mejora de la agricultura.

En esta asignación de recursos resulta fundamental la participación de la sociedad civil, que no se identifica con el Estado, ni con el Gobierno, ni siquiera con la negación de estos. La sociedad civil actúa en lo local y en lo global —como en el caso de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información—, porque así son los temas que le afectan: desde la solución de un problema local de conducción de agua hasta la sostenibilidad del planeta, que es un asunto global.

La coexistencia de lo local y lo global concede un carácter central al individuo y al grupo. Podría decirse que también en el ámbito de lo social se asiste a una nueva coexistencia entre lo individual y lo grupal. Esto es lo que parece sugerir Touraine cuando caracteriza el proceso de individuación como el paso de una perspectiva centrada en la sociedad a una perspectiva subjetiva de la sociedad. Esto mismo puede ser descrito como la centralidad de lo social y de lo humano. La sociedad civil deja de ser considerada marginal, para ser equiparada, al menos en teoría, con los gobiernos y con el sector privado.

Dado que la tecnología tiene un carácter cada vez más político, resulta difícil analizar los cambios y las políticas tecnológicas en abstracto. Incorporar el aspecto político puede hacerse a la manera de Habermas, quien busca, por medio de la ciencia, el objetivo de mejora que debe caracterizar toda acción humana.

El capítulo séptimo se dedica al estudio del Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación (NO-MIC) y de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI).

En el ámbito de la comunicación ha habido un cambio fundamental representado por dos movimientos concretos. Durante la década de los setenta se constata una brecha comunicativa, descrita con amplitud en el informe MacBride. Tras la diagnosis se reclama un Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación. Veinticinco años después, tras un período yermo en análisis y diagnósticos, tiene lugar una Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, en la que tampoco florecen los diagnósticos y en la que, tras la aprobación de algunos documentos, únicamente se establecen algunas líneas generales de acción.

Los grandes retos, especialmente los que preocupan a una sociedad civil ampliamente representada, quedaron en el olvido —todo lo relativo a buscar nuevos mecanismos de financiación para ayudar a los países en desarrollo a implementar las tecnologías de la información y de la comunicación— o permanecen de manera testimonial, como en el caso de la gobernación de Internet. En este último caso, únicamente se aprobó la constitución de un forum, que, como su propio nombre indica, es un espacio de discusión y únicamente tiene carácter consultivo.

La financiación es fundamental, como también lo es la organización de la cooperación para el desarrollo en materia de comunicación, asuntos que están muy relacionados.

Una buena parte de la ayuda que puede ofrecerse a los países en desarrollo, que complementa la financiación, es con la asesoría en la planificación, especialmente de grandes infraestructuras. En el momento de redactar estas lí-

neas, el presidente del Senegal, Abdoulaye Wade, anunciaba que la NEPAD (Nuevos Partícipes para el Plan de Desarrollo de África) no había producido ningún resultado. La NEPAD fue constituida en el 2001 por iniciativa de la Unión Africana y concebida por africanos para los africanos. Es particularmente conocida por uno de sus objetivos: el tendido de un cable submarino para unir África del Este con el resto del mundo, lo que también permitiría disfrutar de tarifas más bajas, pero el proyecto ha sido aplazado.

Tal vez el resultado más positivo de la cumbre sea la oficialización la sociedad civil. La presencia de esta en las grandes cumbres ha significado que sea vista como un partícipe necesario en la gobernanación internacional, y más en concreto, en los organismos internacionales.

En este texto se consideran también los ocho objetivos que componen la denominada Declaración del Milenio y se relacionan con los mecanismos de comunicación que puedan ayudar a alcanzarlos, antes del 2015. Uno de estos instrumentos son las tecnologías de la información y de la comunicación. Curiosamente, a pesar de la centralidad de las tecnologías, estas aparecen vagamente referenciadas. Las tecnologías pueden ayudar a la consecución de los objetivos, como la escolarización primaria universal, la formación de maestros que pueda hacer esto posible, la reducción de diferencias de género, etc. Y, de manera general, puede reducir la pobreza, porque uno de los factores que constituyen este concepto multidimensional es la carencia de información. Acceder a la información significa acceder a prácticas saludables en relación con la salud, la cría de ganado, la mejora de cosechas, etc. Esta relación entre tecnologías de la información y reducción de la pobreza constituye una labor encomiable, a la que muchos organismos internacionales dedican atención.

En el Plan de Acción de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información se establecieron diez objetivos para ser alcanzados en el 2015, que responden a la misma filosofía que la Declaración del Milenio. En este caso, los objetivos están fundamentalmente relacionados con la conexión o con el acceso, de forma que únicamente uno de ellos hace referencia al desarrollo de contenidos y otro a la adaptación de programa de estudios en primaria y en secundaria. Esto significa que fundamentalmente se asocia información con tecnologías, por lo que la creación y distribución de información y de conocimientos queda en un lugar secundario o marginal.

En este sentido, cabe citar la cuestión de los derechos de propiedad intelectual, entre los que están los derechos de autor. Estos, más que la creatividad, protegen al propietario de los derechos, que no siempre coincide con la autoría, por lo que existe un primer núcleo de tensión entre los autores y los propietarios de derechos que hay que resolver. Otro espacio de tensión es el que aparece en la relación entre los consumidores y los propietarios de los

derechos. Esta tensión es difícilmente resoluble porque la protección de los derechos de autor restringe el acceso a la información, especialmente a los países más pobres.

Este enfrentamiento entre el acceso y la protección, que fundamentalmente obedece a razones comerciales, no se resuelve con las tecnologías del tipo gestión de derechos digitales (DRM) porque restringen aún más el acceso a los contenidos, al imposibilitar, o al menos dificultar, incluso el copiado para uso individual. Por ello es por lo que se multiplican los movimientos a favor del «software» libre y del libre acceso a contenidos, que se compaginan con otros movimientos de antigestión de derechos numéricos.

Dichas cuestiones y su gobernabilidad debieran haber ocupado más espacio en los documentos de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información.

Los capítulos octavo y noveno están orientados más a la praxis de la comunicación para el desarrollo: la participación y las estrategias de comunicación.

Potenciar la participación no obedece únicamente a razones ideológicas, sino también filosóficas y prácticas: filosóficas, porque la participación es la aportación que cada individuo hace a la comunidad a la que pertenece, y prácticas, porque el desarrollo humano, sostenible y participativo debe ser el objetivo presente en cualquier pensamiento o acción. Ahora bien, la participación, además de un objetivo, es un medio de alcanzar cualquier objetivo de desarrollo.

La OCDE² ha estudiado la influencia de la participación en la consecución de objetivos de desarrollo en África y América Latina: el grado de éxito aumenta cuando los interesados participan en las diferentes etapas del proyecto; dichos resultados se dan incluso una vez que el proyecto ha sido realizado (por ejemplo, en el mantenimiento). La participación se basa en que sean los ciudadanos quienes determinen sus necesidades y quienes diseñen e implementen los planes tendentes a atenderlas. Esta se opone, en esencia, a los modelos difusionistas o modernizadores de hace algunas décadas, por lo que se dedica una buena parte a analizar y comparar diferentes actuaciones en el campo de la comunicación para el desarrollo.

2. Cf. D. Millar, *La participation de la population aux systèmes d'approvisionnement d'eau en milieu rural*, OCDE, París, 1979.

Ambos modelos, el participativo y el difusionista, se oponen, pero entre ellos existen múltiples situaciones intermedias en las que se mezclan diferentes componentes de cada uno de ellos. Esto se evidencia cuando se analizan los diferentes tipos de intervención en comunicación para el desarrollo.

Una de las intervenciones típicas es la del márketing social, definido como la utilización del márketing para la promoción de ideas sociales. Aunque suele asociarse al modelo difusionista, muchas de las acciones de comunicación para el desarrollo tienen relación con el márketing social, ya que en todas ellas existe un objetivo y también se utilizan diferentes instrumentos para conseguirlo. Por tanto, no cabe adscribir el márketing social a uno u otro modelo, sino que la adscripción dependerá de cómo se establezcan las necesidades y los instrumentos de una determinada acción y quién lo haga. La participación constituye una de las dimensiones de la sociedad de la información, junto con la tecnológica y la económica, por cuanto las personas pueden acceder a la información necesaria y, en consecuencia, a los mercados de bienes y servicios y a la participación en las decisiones políticas. Sin embargo, resulta curioso que en todos los textos de planificación y cooperación para el desarrollo, la participación constituye un nuevo paradigma de intervención, mientras que en las sociedades más o menos desarrolladas, se asocia descentralización —y acceso individual a la información— con participación, de forma que se confunden, deseos o posibilidades con realidades ya materializadas.

En la planificación de objetivos y acciones en los países en desarrollo, la comunicación puede constituir un objetivo (crear o perfeccionar nuevos mecanismos de participación), pero está presente en cada una de las etapas, ya que la comunicación constituye el nexo de unión entre las fases y entre los diferentes grupos y organizaciones que intervienen en cada una de las fases.

En el texto se analizan los diferentes instrumentos de comunicación que pueden utilizarse en las acciones de desarrollo, estableciendo las ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos. Quedarse únicamente con Internet sería la consecuencia de una visión miope del contexto habitual en los países en vías de desarrollo, en los que existen pocas infraestructuras, acceso y alfanumerización reducidos, etc. Por ello deben utilizarse los instrumentos que mejor se adapten al contexto a corto y medio plazo, entre los que destacan las comunicaciones interpersonales, las artes tradicionales, la radio, el vídeo y, a veces, la televisión. Para la utilización de Internet resultan fundamentales los telecentros, que permiten el uso colectivo de distintas tecnologías, entre ellas Internet.

Desde la década de los ochenta se han utilizado el vídeo y la radio de manera generalizada, con resultados positivos en áreas como la salud o en el incremento de la participación. Las nuevas tecnologías influyen en estos ins-

INTRODUCCIÓN

trumentos clásicos, que pueden recobrar su efectividad, aprovechando las ventajas que ofrecen a la hora de la creación y sobre todo de la distribución.

El texto finaliza con el esbozo de algunas líneas de intervención en el ámbito de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, para aprovechar mejor las ventajas de las tecnologías de la información y hacer que los países en desarrollo puedan, por medio de un mayor acceso y utilización de la información, contribuir a la creación de una nueva sociedad de la información, en la que se vayan cerrando las múltiples brechas —digital, educativa, de salud, de libertad...— que hoy separan a las naciones, e incluso a los distintos grupos en el interior de estas.

Capítulo I. Desarrollo humano, sostenible y participativo



1. DESARROLLO SOSTENIBLE

El desarrollo se ha alejado del *reduccionismo economicista*¹, por el que se ha caracterizado hasta las décadas finales del siglo xx y que podría resumirse en que el desarrollo es lineal, creciente, autosostenido a partir de un determinado momento, infinito y válido en todo tiempo y lugar.²

Esto es consecuencia de la aparición de nuevos paradigmas, como el *desarrollo sostenible*, de mediados de los ochenta, y del Indicador de Desarrollo Humano, que el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) elabora anualmente desde 1990. Más reciente es la propuesta del *desarrollo local*, que, aunque ha sido formulada básicamente en su faceta económica, hace referencia implícita al resto de actividades humanas.

El *desarrollo sostenible* es aquel «desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades»³. Este concepto es anterior al de *desarrollo humano* y surge como consecuencia de las preocupaciones sobre el uso y la explotación excesivas de los recursos naturales, a la vez que supone un cambio de perspectiva radical, ya que el modelo desarrollista puro, o el crecimiento sin límites, implica la destrucción de los recursos del planeta, lo que impide la continuidad a largo plazo del crecimiento e incluso puede conducir al fin de la vida en el planeta.

La inclusión en la agenda de los políticos de problemas como la desertización, la escasez de materias primas, la contaminación del agua y del aire, el calentamiento de la tierra, el agujero de ozono, etc., es la consecuencia de la constatación (no siempre explicitada) de que nuestra manera de hacer economía es, en esencia, depredadora del entorno. Aun así, debe decirse que la solución a estos problemas no es fácil, ya que implica reducir y eliminar prácticas muy establecidas, fijar límites y ayudar a la regeneración⁴. La sostenibilidad implica grandes cambios,

1. Este término es utilizado por B. Klinksberg en *Cómo enfrentar la pobreza*, GEL, Buenos Aires, 1992. Citado en G. Hermes, *Culture et développement*, Presses de Sciences Po, París, 2000, p. 73.

2. A. Mattelart, «Passé et présent de la société de l'information: entre le Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication et le Sommet mondial sur la société de l'information», *EPTIC*, vol. VII, núm. 6, sep-dic, Brasil, 2005, p. 5.

3. Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, *Nuestro futuro común*, Alianza, Madrid, 1988, en J. Gutiérrez, *Desarrollo sostenible*, *Diccionario de la cooperación*, Hegoa, Bilbao, 2004.

difíciles de poner en práctica porque no pueden ser gestionados únicamente por el mercado, ya que resulta difícil introducir los costes medioambientales.

Un cambio fundamental es el reconocimiento del valor de la cultura, dado que no es concebible un crecimiento económico que no tenga en cuenta los valores, las creencias, el perfil identitario y la cultura. Dicho reconocimiento presiona en contra de la visión reduccionista del desarrollo y a favor del reconocimiento de la diversidad de situaciones y de las herramientas necesarias. Dicha diversidad es el reflejo de la multiplicidad de situaciones, creencias y prácticas que caracterizan a los grupos humanos.

2. DESARROLLO HUMANO Y COMUNICACIÓN

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ha popularizado el concepto de *desarrollo humano*, con lo que el acento se coloca más en lo humano que en el desarrollo. A la vez, los conceptos se enriquecen y son operativos, ya que comienza a hablarse de pobreza, o mejor de su eliminación. La pobreza es multidimensional y ya no es la penuria de elementos materiales, sino la escasez en cualquier ámbito humano de actividad, de forma que se habla de pobreza cuando no se tiene acceso a una vida saludable o a una educación digna. «La pobreza no solamente implica una penuria de los elementos necesarios para el bienestar natural, sino también un mal estado de salud o un acceso insuficiente a la educación, una existencia desprovista de acceso al conocimiento y de contactos con el mundo, la incapacidad de ejercer sus derechos humanos o políticos o la falta de la dignidad, de confianza y de respeto hacia uno mismo.»⁵

4. Una característica esencial de la manera de hacer economía occidental es la de haber llevado la moda absolutamente a todo tipo de objetos, con lo cual se crea una presión continua a cambiar de modelo, a veces sin grandes diferencias relativas. Esto implica que muchos aparatos —es muy típico de la informática— se fabriquen para tener una vida efímera, lo que implica una tremenda dilapidación de recursos. Además la retirada de uso de estos aparatos plantea problemas de reciclaje. A veces los grandes y acuciantes problemas, como la contaminación del agua, no permiten que reflexionemos sobre otros problemas también fundamentales, como la manera en que se estructuran los mercados: modas, no reparabilidad de los objetos, obsolescencia tecnológica a corto plazo, etc.

5. Cf. C. J. Hamelink, «Le développement humain», en UNESCO, *Rapport mondial sur la culture*, UNESCO, París, 2000, p. 26.

La filosofía del desarrollo humano se inspira en los escritos de Sen, para quien el desarrollo es la posibilidad de ejercer todas las libertades, sin excepción. Por ello es por lo que el desarrollo debe buscar ensanchar el campo de lo posible y puede ser definido como «el proceso de ampliación de las opciones y capacidades de las personas, que se concreta en una mejora de la esperanza de vida, la salud, la educación y el acceso a los recursos necesarios para un nivel de vida digno»⁶. En la definición se observa que es un proceso de mejora y de ensanchamiento continuo de las capacidades y de las opciones de las personas, que incluye todas las esferas y valores de la actividad humana, como la seguridad, los derechos humanos, el acceso a los recursos materiales, educativos, de identificación, de socialización y de realización.

En la definición de *desarrollo humano*, lo económico no está explícito, pero sí implícito, ya que constituye una de las actividades fundamentales para su consecución. Pone también el acento en la cantidad, pero sobre todo en la calidad, que es lo que caracteriza a los elementos citados en la definición (salud, educación, etc.).

Hamelink considera que las características del *desarrollo humano* son las siguientes:

- «• La **equidad** en el acceso a los recursos y posibilidades esenciales.
- La **sostenibilidad** de los recursos y de las instituciones.
- La **adquisición** y la difusión del saber para la responsabilización del ser humano.
- La **participación**»⁷.

Cabe considerar que existe un nuevo concepto de riqueza más integral que es de naturaleza fundamentalmente cualitativa. Lejos de asociarlo con economía, finanzas, moneda, crecimiento, se lo asocia con riqueza cultural, multiculturalidad, felicidad, libertad, etc.

Las implicaciones de este cambio de paradigma son enormes. En primer lugar, el *desarrollo humano* no puede ser concebido sin que sea sostenible, participativo, equitativo y en el que los conocimientos se difundan. Todas estas categorías forman parte esencial de lo humano. No son actividades que puedan darse separadas, de forma

6. Cf. Alfonso Dubois, «Desarrollo Humano», en *Diccionario de la cooperación*, Hegoa, Bilbao, 2004.

7. Cf. C. J. Hamelink, «Le développement humain», en UNESCO, *Rapport mondial sur la culture*, UNESCO, París, 2000, p. 26.

que cuando se habla de desarrollo debe presuponerse que es humano, y que por tanto cumple con estas características, además de la sostenibilidad.

En segundo lugar, significa el triunfo sobre la visión parcial del ser humano que se ajustaba a la esfera técnica o económica, de forma que los indicadores económicos deben relacionarse con otros indicadores que recojan actividades más cualitativas, como salud, educación, etc.

En tercer lugar, y como consecuencia de lo anterior, todos los aspectos del desarrollo pueden ser considerados como objetivos. Por ello, el desarrollo de medios e instrumentos de comunicación, la consecución de la paz, el ejercicio de la democracia, la promoción de la libertad de expresión, la defensa del pluralismo y de la diversidad, constituyen objetivos del mismo nivel que el desarrollo de infraestructuras o las ayudas a las pequeñas y medianas empresas.

El cuarto elemento constitutivo de este nuevo paradigma es la participación, que puede ser considerada como un fin en sí mismo a la vez que un medio para alcanzar otros objetivos.

En quinto lugar, la misma definición de desarrollo entra en crisis, porque ya no existe una única definición. Al contrario, se multiplican las definiciones de desarrollo al adjetivarlas. Se habla de *desarrollo humano*, de *desarrollo sostenible*, de *desarrollo local*, de forma que cada una de estas definiciones coloca el acento en una de las dimensiones del desarrollo, por lo que cualquier definición de desarrollo debiera incluir, implícitamente, a todas ellas.

Los informes del desarrollo humano han servido para elaborar un índice⁸ que mida las capacidades de las personas y de las libertades de que disfrutan.

8. El Índice de Desarrollo Humano tiene cuatro componentes (la esperanza de vida, la tasa de alfabetización adulta, la tasa de matriculación en primaria, secundaria y universitaria y la renta real. Este índice se complementa con otros que consideran el género (índice de desarrollo relacionado con el género), la pobreza en los países en desarrollo y la pobreza en algunos países de la OCDE. Cf. <http://hdr.unp.org/reports/global/2003>. En especial la nota técnica.

A pesar de las apariencias, no existe correlación perfecta entre los indicadores de renta per cápita y el Índice de Desarrollo Humano, dándose incluso algunas diferencias importantes en el caso de algunos países. Hay países con un alto nivel de renta per cápita, pero que están peor situados en lo que respecta al desarrollo humano. Así, en 1994, Kuwait ocupaba el sexto lugar de un total de 175 países en la escala de renta per cápita real, pero el puesto 53 en la escala del índice⁹. A la inversa, hay países que ocupan un lugar en la clasificación del Índice de Desarrollo Humano por delante de lo que el puesto en el ranking de la renta parecería sugerir.

Vistas las características del *desarrollo humano*, cabe preguntarse por el papel de las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs). En primer lugar, son industrias con un peso creciente en las economías occidentales, medida en términos de porcentaje sobre el PIB. Pero a la vez, constituyen un elemento que influye en el crecimiento económico, al ser tecnologías transversales a todas las actividades, incluidos los servicios. Además, las tecnologías de la información y de la comunicación pueden facilitar el acceso al conocimiento y pueden aumentar la participación.

3. DESARROLLO LOCAL¹⁰

La consideración del aspecto local en las concepciones del desarrollo sustituye a las teorías del desarrollo endógeno. Constituye un nuevo aporte a las teorías del desarrollo. Es un concepto y un instrumento de desarrollo que parte de considerar el territorio no como un mero vector donde tienen lugar las acciones, sino como un instrumento (*milieu*) con capacidad de generar y mantener ventajas comparativas y valores diferenciales. Subraya que es en el ámbito local en donde se pueden establecer los procesos participativos para fijar unos objetivos y en donde se puede llevar a cabo la planificación y la acción.

El *desarrollo local* puede aplicarse a todos los aspectos: económico, social, cultural y político; el primer aspecto es el que está siendo considerado especialmente, que puede definirse como «un proceso *participativo* que fo-

9. K. Griffin, «Desarrollo Humano: Origen, evolución e impacto», en P. Ibarra y K. Unceta (coords.), *Ensayos sobre el Desarrollo Humano*, Icaria, Barcelona, 2001, p. 32.

10. Esta parte está inspirada en G. Canzanelli, *Overview and learned lesson on Local Economic Development, Human Development, and Decent Work*, Universitas Working Papers, ILO (Organización Internacional del Trabajo), octubre de 2001.

menta y facilita la conjunción de los actores locales, permitiendo el diseño común y la implementación de estrategias, principalmente basadas en el uso competitivo de los recursos locales, con el propósito final de crear trabajos dignos y actividades económicas sostenibles»¹¹.

Filosóficamente, se basa en la observación de experiencias de los distritos italianos y busca la sostenibilidad de factores escasos como la financiación, ya que en los países en desarrollo procede de fondos públicos y privados y de ayudas a la cooperación. Se presenta el problema de que dicha financiación acaba cuando concluyen los proyectos, de forma que deben buscarse mecanismos novedosos, con el fin de que las acciones de desarrollo sean sostenibles, es decir que, finalmente, generen sus propios ingresos.

El punto de partida es que en lo local es en donde están los recursos —económicos, humanos, institucionales y culturales— que forman el potencial de *desarrollo humano* y sostenible.

La implementación de iniciativas de *desarrollo local* tiene como objetivo responder a las necesidades de creación de empleo y de inclusión y están dirigidas a las pequeñas y medianas empresas, incluido el sector informal de la economía, dado que en muchos países o zonas este sector puede ser el predominante.

Ahora bien, desde el momento en que es un proceso participativo y en el que intervienen los aspectos culturales, el desarrollo local puede ser definido como **cultura sostenible**. El proceso participativo es concebido como un proceso cooperativo de aprendizaje continuo y como un medio de aprovechar el capital social, que es «la habilidad de las personas para trabajar por un objetivo común, de manera organizada y voluntaria, sobre la base de compartir reglas y valores que permitan la subordinación de los intereses individuales a los colectivos. El capital social se basa en la confianza recíproca, en la mutua expectación de beneficios futuros, relacionados con la existencia de comportamientos cooperativos y reglas compartidas»¹².

11. G. Canzanelli, *Overview and Learned Lesson on Local Economic Development, Human Development, and Decent Work*, Universitas Working Papers, ILO (Organización Internacional del Trabajo), octubre de 2001, p. 9.

12. G. Canzanelli, *Overview and Learned Lesson on Local Economic Development, Human Development, and Decent Work*, Universitas Working Papers, ILO (Organización Internacional del Trabajo), octubre de 2001, p. 12.

Las propuestas de *desarrollo local* son una respuesta a la innovación que debe caracterizar toda acción humana. No solamente deben innovar las empresas sino también los actores locales, entendiendo por tales la administración, las empresas y los grupos de individuos; esta innovación afecta también a los actores nacionales, dado que a ellos les toca impulsar y coordinar las distintas acciones de *desarrollo local*, así como facilitar marcos de regulación dentro de los cuales tienen lugar las acciones.

El *desarrollo local* aparece como una compleja combinación de esquemas, políticas e iniciativas en la que se establecen cuatro niveles o dimensiones: meta, macro, meso y micro.

El nivel micro es el de las empresas concretas y el macro el de las acciones de ámbito nacional, siendo el meta el más difícil de definir porque tiene que ver con la habilidad de implementar estrategias orientadas al desarrollo y con la existencia de organizaciones sociales, políticas, culturales, sobre las que se basan la innovación y el crecimiento.

El nivel meso es en el que se sitúan las estrategias de *desarrollo local*, y es el que permite explotar las mayores potencialidades de los recursos humanos, naturales, así como del *saber hacer*, incluido el *saber hacer tradicional*. Es también donde la cooperación y la competición se transforman en innovación y en incremento de la productividad.

En este nivel es en donde se pueden conseguir las reducciones en los costes y en donde se estimula la participación de todas las personas y actores y en donde se pueden promocionar los valores necesarios para que el desarrollo sea realidad; valores que están y definen el *desarrollo humano* (ética, equidad, inclusión y seguridad).

El nivel meso supone un ámbito de actuación diferente del propuesto en acciones de desarrollo y de comunicación en décadas anteriores. Por ejemplo, las propuestas del Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación (NOMIC), en los setenta, eran a nivel macro (políticas de comunicación). Y puede establecerse que es en los niveles micro y meso en donde se puede dar la participación de una manera más o menos natural. Es por ello que cabe identificar el desarrollo local con participación.

4. CULTURA Y DESARROLLO SOSTENIBLE, HUMANO Y PARTICIPATIVO

La nueva concepción del desarrollo, que podía denominarse de *otros desarrollos*, implica una nueva relación con la cultura y por tanto con la comunicación. Durante años, la cultura ha sido vista como un factor que paralizaba y

dificultaba el desarrollo, y no como un factor de posible apoyo al desarrollo. Indudablemente, como se asociaba cultura con barrera al desarrollo, cuestiones tales como el multiculturalismo o las diferencias culturales eran vistas como un anacronismo, como algo que había que cambiar o simplemente guardarlas como parte del folklore¹³.

En algunos casos se pasó al otro extremo. A principios de los noventa se llegó a buscar las claves del desarrollo solo en valores culturales. Así Tironi explicó que las razones del crecimiento de Japón y de los tigres asiáticos (Corea del Sur, Hong Kong, Singapur, Taiwán e incluso Malasia) se debía a la influencia de los valores confucianos de disciplina y respeto a la jerarquía, que se manifestaba en los valores familiares y políticos, casi inmutables e incluso con una connotación autoritaria¹⁴. Esta aproximación es simplista, porque de asumirse podría parecer que los países cristianos, o los que posean tradiciones de participación, estarían peor situados para crecer.

Son las grandes agencias de apoyo al desarrollo, y especialmente las ONGs, las que tienen el mérito de haber colocado la cultura en el lugar que le corresponde. En especial, la CEPAL, la FAO, el PNUD, la UNESCO, etc., han multiplicado los simposios y las publicaciones sobre diversos aspectos de la cultura y su relación con la diversidad.

En concreto, la UNESCO y la ONU, después de la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, que tuvo lugar en México en 1982, diseñaron el Decenio Mundial para el Desarrollo Cultural, que duró desde 1988 a 1997 y que ha dado lugar a publicaciones de referencia como el Informe Mundial sobre la Cultura, de 1998, el Informe Mundial sobre Comunicación, de 1995 y 1998, Nuestra Diversidad Creativa¹⁵, de 1997, etc.

13. Cf. M. Richter Malabotta, «Managing Cultural Transitions: Multiculturalism, Interculturalism and Minority Policies», en N. Svob-Dokic (ed.), *The Emerging Creative Industries in Southeastern Europe*, Culturelink, Institute for International Relations, Zagreb, 2005.

14. G. Hermes, *Culture et développement*, Presses de Sciences Po, París, 2000, p. 78.

15. Los tres documentos están publicados por la UNESCO, París.

Capítulo II. La sostenibilidad de la cultura



1. CULTURA Y ECOLOGÍA. ECOLOGÍA CULTURAL

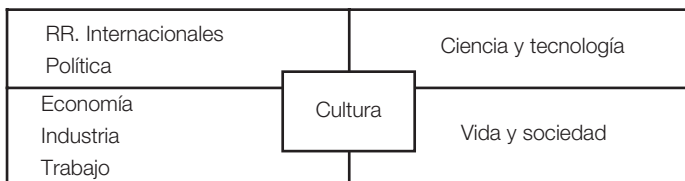
Cultura es un término con una gran carga polisémica. En un estudio desarrollado por la UNESCO, se hizo un inventario de trescientas acepciones del término cultura¹.

Endo define la cultura en sentido amplio como todo lo que resulta de las actividades humanas, de forma que engloba el conjunto de los aspectos económicos, políticos, sociales, etc. Es interesante porque se aplica al conjunto de sistemas en que puede ser clasificada la actividad humana, que él denomina *sistemas socioculturales*².

Distingue cinco sistemas:

- Relaciones internacionales y política: derechos humanos, asuntos militares, sistemas políticos, partidos políticos, leyes etc.
- Economía, industria y trabajo: comercio, precios, cuentas públicas, mercados, energía, transportes, industria de la información y de la comunicación, etc.
- Ciencia y tecnología: matemáticas, ingeniería, biotecnología, etc.
- Vida y sociedad: ecología, población, transporte, educación, medios de comunicación, salud pública, deportes, turismo, etc.
- Cultura: historia, antropología, radio, televisión, industrias culturales, folclore, ceremonias, festivales, símbolos, etc.

En esta clasificación se coloca a la cultura en el centro, para dar cuenta de que los cinco sistemas están interrelacionados, pero el cultural es el más transversal.



Fuente: N. Endo, «The relevance of International Communication for Socio-cultural Development with Special Reference to the New Methodology vis-à-vis the Application to an Engineering Approach», en *Dinamics of Communication and Cultural Change. The Role of Networks*, número especial, Culturelink, Zagreb, 1996, p. 83.

1. R. Zallo, *Economía de la comunicación y de la cultura*, Akal, Madrid, 1979, p. 11.

Según Von Bertalanffy, la naturaleza humana consta de dos mundos, uno de ellos material, en el cual cada individuo vive «como un organismo biológico, con el equipamiento físico, impulsos, instintos y limitaciones de cada especie», y un segundo más grande, en el que cada persona «crea, usa, domina, y es dominado por el universo de los símbolos»³. Esta visión permite asociar ecología y cultura, ya que la ecología se asocia al medio físico, y este está en continua interacción con el ser humano, de forma que es como si formase parte del mismo y, por tanto, de la cultura.

Por ello, R. E. Babe señala que la ecología es «el estudio del fenómeno físico y específicamente es la interacción material entre [...] varias especies» y que «al adscribir significaciones a los objetos de esas interacciones, las personas actúan sobre ellos y los afecta», por lo cual «la ecología compagina las ciencias medioambientales y la cultura humana».⁴ De la misma forma, encontramos que esa cultura, en tanto creación humana, también se refiere a las dos dimensiones en que debe situarse la cultura y que podemos llamar **material** (u objetiva) y **simbólica** (o subjetiva).

Casmir considera ambos aspectos de la cultura, al definirla como «las interpretaciones comunes —basadas en valores—, los artefactos, las formas de organización y las prácticas de un grupo de seres humanos, en relación con un entorno específico»⁵.

La dimensión **material** de la cultura es un conjunto de bienes, utensilios, prácticas e instituciones creados para hacer frente a las condiciones impuestas por el entorno físico, natural u objetivo. Esta dimensión puede ser definida desde el punto de vista de la antropología del siguiente modo: «la cultura no es sino un conjunto de res-

2. N. Endo, «The relevance of International Communication for Socio-cultural Development with Special Reference to the New Methodology vis-à-vis the Application to an Engineering Approach», en *Dinamics of Communication and Cultural Change. The Role of Networks*, número especial, Culturelink, Zagreb, 1996, pp. 77-90.

3. L. Von Bertalanffy, «A System View of Man», Westview Press, Boulder, Colorado, 1981. Citado en R. E. Babe, «Understanding the Cultural Ecology Model», en D. Cliche (Ed.), *Cultural Ecology. The Changing Dinamics of Communications*, IIC, Londres, 1997

4. R. E. Babe, Understanding the Cultural Ecology Model, en D. Cliche (Ed.), *Cultural Ecology. The Changing Dinamics of Communications*, IIC, Londres, 1997, pp. 1-2.

5. Cf. Fred. L Casmir, *Communication in Development*, Ablex Publishing, New Jersey, 1991, p. 7.

puestas ya probadas y contrastadas a incitaciones del entorno; es así el equivalente funcional del aparato instintivo»⁶.

La dimensión material de la cultura está compuesta por la tecnología, el mercado y la organización política, es decir por aquellas instituciones que le permiten al ser humano satisfacer sus necesidades o, mejor, realizarse como tal.

La dimensión **simbólica** engloba la parte espiritual y simbólica y estaría compuesta por el conjunto de normas que rige a los diferentes grupos sociales, las ideas, las creencias, las costumbres e incluso sus aspiraciones.

El aspecto material y subjetivo es el que permite entender que el patrimonio no es únicamente el conjunto de monumentos o de espacios naturales, sino también todo legado espiritual, creencias, tradiciones, etc.

Los sujetos de un mismo sistema social actúan, se comunican dentro de los sistemas de significados y por medio de ellos, y puede decirse que estos sistemas de significados tiene una función estructurante. La posesión de una cultura común confiere a los miembros de una sociedad el sentido de unidad y de pertenencia, lo que tiene una función práctica, pues permite que los individuos interactúen de manera más eficiente.

En efecto, si pensamos en un grupo en el que cada componente tuviera sistemas simbólicos totalmente diferentes (lenguas, costumbres, gestos, valores) aparecerían ineficiencias, al menos en los primeros momentos, porque la comunicación sobre aspectos concretos podría ser difícil. Pasaría algún tiempo hasta que se crease e institucionalizase un sistema de significados que permitiera al grupo funcionar de manera eficiente, en términos culturales. Este sistema permite algo tan básico como interpretar los gestos o los sentimientos sin tener que estudiar e descifrar su significado a cada momento.

La consideración conjunta de los aspectos material y simbólico constituye la ecología cultural. De esta manera podemos considerar los hechos físicos y sociales en su manifestación, su interpretación y, además, en su interacción. Cualquier disfunción en cualquier ámbito afecta al resto; así, podemos considerar que el agujero en la capa de ozono es un grave problema que pone en peligro incluso nuestra supervivencia en la Tierra, al igual que

6. E. Lamo de Espinosa y otros, *La Sociología del Conocimiento y de la Ciencia*, Alianza editorial, Madrid, 1987.

existe, o puede existir, otro agujero en lo social⁷ o en lo político. Con carácter únicamente pedagógico, incluso podríamos decir que los agujeros en lo social o en lo económico se traducen en agujeros en la capa de ozono o al revés⁸. Lo que es importante señalar es que no se puede arreglar ese u otros problemas quedándonos únicamente en la contemplación de la dimensión material.

Félix Guattari concibe una *ecosofía* basada en la articulación de tres registros ecológicos —el del medio ambiente, el de las relaciones sociales y el de la subjetividad humana—, como esferas que deben ser consideradas de manera conjunta. Participa también de una manera de pensar holística, ya que considera que el desequilibrio ecológico va acompañado de desequilibrios individuales y colectivos o viceversa⁹.

Existen muchos modelos que explícitamente recogen los aspectos simbólicos, en interacción con los materiales. El modelo conocido como *modelo de autosuficiencia rural comunitaria*, consta de tecnología, economía, recursos naturales, recursos mentales y recursos socioculturales (TERMS), y fue propuesto por el Instituto de Ciencia y Tecnología de Tailandia, tras siete años de discusión con múltiples participantes. Este modelo se basa en la participación y en la autosuficiencia y relaciona los distintos elementos que componen una sociedad. Establece una tabla de doble entrada en donde se sitúan en horizontal y en vertical los cinco términos TERMS.

7. «De la misma manera que unas algas mutantes y monstruosas invaden la laguna de Venecia... otra especie de alga, que en este caso tiene que ver con la ecología social, consiste en esa libertad de proliferación que ha permitido que hombres como Donald Trump se apoderen de barrios enteros de Nueva York, de Atlantic City, etc., para “renovarlos”, aumentar los alquileres y expulsar al mismo tiempo a decenas de millares de familias pobres, la mayor parte de las cuales están condenadas a devenir *homeless*, el equivalente aquí de los peces muertos de la ecología medioambiental». Félix Guattari, *Las Tres Ecologías. Pre-Textos*, Valencia, 1990, p. 34.

8. Cf. Manila Declaration on Communication and Community, citada en H.H. Frederick, *Global Communication & International Relations*, Hancourt Brace and Co, Orlando, 1993, pp. 179.

9. Guattari caracteriza la realidad actual como CMI (capitalismo mundial integrado), que reposa sobre cuatro semióticas: la económica (instituciones financieras), jurídicas (títulos de propiedad, legislaciones), técnico-científica (investigación, estudios) y de subjetivación (arquitectura, urbanismo, equipamientos colectivos, etc.). El valor de esta aproximación es la consideración expresa de las subjetividades, que no pueden ser entendidas como algo exterior a las prácticas políticas, económicas y sociales. Cf. Félix Guattari, *Las Tres Ecologías. Pre-Textos*, Valencia, 1990, pp.7-8.

En concreto, y a título de ejemplo, en el cruce de la mente con los cinco términos, aparece la creación de conciencia científica, el incremento los recursos humanos y producir capacidad de uso de la tecnología (con relación a la tecnología), crear conciencia en calidad de vida y fomentar la capacidad de emprender (con relación a la economía), crear conciencia y saber usar y conservar los recursos (con relación a los recursos), tener capacidad de auto-desarrollo (con relación a la mente) y crear orden, disciplina y unidad y participar (con relación a la sociedad)¹⁰.

Este tipo de pensamiento nos lleva a relacionar distintas esferas. Así, si se piensa en la innovación, no debe pensarse únicamente en innovaciones tecnológicas (nuevos materiales, nuevos equipos, informatización), sino también en innovaciones de gestión (mejoras en la cualificación de los recursos humanos, en las relaciones con los proveedores, en los procesos de trabajo), innovaciones sociales (descentralización, mejoras en los mecanismos participativos, etc.) e innovaciones mentales (desarrollo de capacidades, autoorganización, etc.).

2. SOSTENIBILIDAD DE LA CULTURA Y SOSTENIBILIDAD DEL DESARROLLO

La cultura es el sistema de significación por el que el orden social se comunica, se produce y se regenera. Dicho sistema es un producto social, formado en y por medio de las actividades de las personas interactuando entre ellas dentro de un sistema y a su vez interactuando con otros sistemas. Dado que existen distintos sistemas, debemos convenir que la cultura es plural por definición. Negar el estatuto esencial de la cultura como es la pluralidad o diversidad, implica la negación de las raíces, del folclore, de los tabúes y de las identidades; ni siquiera la creciente globalización de la economía, de la sociedad y de las tecnologías de la información y de la comunicación es capaz de singularizar las culturas¹¹.

Otra cosa diferente es pensar en las relaciones entre esos sistemas, que pueden ser de todo tipo: de complementación, de enfrentamiento, de coexistencia, de dominación, de subordinación, etc.

10. J. Servaes y P. Malikhao, *Comunicación y Desarrollo Sostenible*, IX Mesa de las Naciones Unidas sobre Comunicación para el Desarrollo, FAO, Roma, 6-9 de septiembre, 2004, pp. 21-22.

11. A. Smith, «Is there a Global Culture?», *Intermedia*, agosto-septiembre, vol. 20, núm. 4-5, Londres, 1992, pp. 11 y 12.

A partir de las reflexiones sobre cultura y ecología, cabe pensar en la sostenibilidad de la cultura y por tanto del desarrollo, ya que este también consta de los dos aspectos, material y simbólico, anteriormente considerados.

Cabe establecer que el desarrollo sostenible tiene cuatro dimensiones¹², las cuales están totalmente relacionadas con la cultura:

— Dimensión **simbólica**. Son las ideas que guían las relaciones de las personas con la naturaleza, el mundo, etc. Cabe destacar que en muchas culturas africanas, la India, China, etc., el ser humano no se distingue de la naturaleza, que se encuentra totalmente integrada en sus tradiciones, de forma que los animales, el agua o determinados espacios se asocian con la divinidad, lo cual tiene como consecuencia que su relación con el entorno va a ser de profundo respeto¹³.

Esta relación con el entorno es una relación profunda y sabia, fruto de la experiencia. Por ejemplo, muchas personas interpretaban como caótico el modo en que los indígenas peruanos organizaban sus cultivos. Los indígenas explicaban su práctica como imitación de lo que ellos veían en la jungla: coexistencia de distintas plantas de distinto tamaño, forma, etc. Con posterioridad se vio que la mejor manera de regenerar tierras degradadas de la jungla era por medio de círculos concéntricos de plantas de ciclos diversos y de diferente crecimiento, que era una manera de interpretar lo que, en esencia, hacían los indígenas¹⁴.

— Dimensión **social**. Es el modo de vida y la ética de las comunidades: lo que consumimos, cómo lo hacemos, cómo lo adquirimos y lo reciclamos, etc. También cómo nos relacionamos. En esta dimensión, es fundamental el papel de la educación.

12. Cf. G. Xian, «Culture and Development: A Sustainable World in the Twenty First Century», en *Culture and Development vs Cultural Development*, IMO, número especial, Zagreb, 2000, pp. 173-176.

13. Cf. B. Saraswati, «Intercultural Communication», en B. Cvjeticanin, *Dynamics of Communication and Cultural Change. The Role of Networks*, número especial, Culturelink, Zagreb, 1996, pp. 133-142.

14. La relación con el entorno es una característica de las sociedades tradicionales. Puede ser resumida en la frase pronunciada por un jefe indio: «la tierra no nos pertenece, sino que nosotros pertenecemos a ella». Ch. D. Kleymeyer, «Cultural Diversity, Sustainable Development, Traditional Stewards, and Community-Based Conservation», en *Culturelink, Cultural Diversity and Sustainable Development*, número especial, Culturelink, IMO, Zagreb, 2003, pp. 155 y 157.

— Dimensión **política**. Es el modo en que se implementan políticas que garanticen la sostenibilidad, la forma en que se compagine el largo plazo con el corto plazo, la territorialización de las acciones, etc. La sostenibilidad de las políticas se refiere a que los proyectos sean realizables (que se tenga en cuenta el número y la cantidad de recursos humanos, financieros y tecnológicos) y que sean útiles e institucionalizables. Para que sea sostenible a largo plazo, deben institucionalizarse prácticas, símbolos, normas, valores, etc., que son los componentes de la dimensión simbólica de la cultura¹⁵.

— Dimensión de la **cooperación**. Esta dimensión no puede tener éxito sin la cooperación internacional y global. El desarrollo sostenible se basa en la interrelación entre todos los elementos naturales y humanos, por lo que no es realizable únicamente en una determinada zona geográfica o en un único ámbito de actividad.

La sostenibilidad del desarrollo implica la sostenibilidad cultural. Si se piensa por ejemplo en energía, resulta fundamental crear y usar nuevas formas de energía, como la solar o el hidrógeno, que conserven mejor los recursos actuales y que no dañen el medio ambiente; sin embargo, esta creación no puede darse sin un cambio en el modo de vida de las personas, por lo que se requiere un cambio cultural. No puede haber sostenibilidad de desarrollo sin sostenibilidad cultural.

La sostenibilidad cultural requiere considerar el desarrollo como parte de la cultura y necesita el desarrollo cultural. La concepción actual del desarrollo es cultural, y es producto de una determinada relación con la naturaleza y con el medio ambiente. Cambiar esta percepción implica desarrollar nuevos valores estéticos, intelectuales y éticos, que son los que conseguirán institucionalizar el nuevo concepto de desarrollo. Dicho cambio solo se puede dar mediante una política cultural y comunicativa específicamente dirigida a ese fin.

Una medida de sostenibilidad cultural es proponer nuevos significados y nuevas medidas de riqueza¹⁶. En esta definición podría considerarse más la comunidad, el grupo o la sociedad que los individuos separados. Por su-

15. Cf. *Sustainability and the Future of eDevelopment*, en *eDevelopment Briefing*, núm. 10, Universidad de Manchester, noviembre de 2005. Disponible en <http://www.manchester.ac.uk/idpm/dig/briefings.htm>.

16. P. Schafer, «Diversity and Sustainable Development. Contemporary Concerns or Permanent Realities?», en *Culturelink*, *Cultural Diversity and Sustainable Development*, número especial, *Culturelink*, Zagreb, 2003, p. 17. En este interesante artículo,

puesto que la comparación de los indicadores cualitativos y cuantitativos entre diferentes comunidades serviría para establecer pautas de cambio, mediante políticas culturales y comunicativas.

La sostenibilidad requiere la práctica de la diversidad y del pluralismo. *Diversidad* y *pluralismo* son términos mejorables. No cabe hablar de su preservación, sino de su incremento efectivo, lo que no se consigue considerando únicamente la oferta, sino que debe ser medido teniendo en cuenta la demanda. No cabe considerar el número de sitios web o de programas de televisión disponibles, en general, sino que deben relacionarse con el porcentaje de la población que tiene acceso y consume determinados contenidos. Cabe considerar las razones por las que no se consumen determinados programas o sitios web y preguntarse si únicamente deben existir aquellas programaciones, contenidos o prácticas, sancionadas por el mercado, es decir que son rentables en términos estrictos de costes e ingresos.

Para hacer efectiva la diversidad y el pluralismo, y perseguir la sostenibilidad cultural resulta prioritario buscar el acceso efectivo a la cultura y a la comunicación. Este acceso permite a los miembros de una comunidad ser partícipes de los símbolos y de los valores identitarios, y es el mecanismo que permite aceptar las diferencias.

Dicho acceso implica que las instituciones públicas diseñen e implementen políticas de oferta (para preservar determinadas actividades, como lenguas, producción teatral, cinematográfica, etc.), de demanda (para promover el acceso a dichas actividades) y de innovación (mediante la promoción de la creación en todos los ámbitos, la educación en la alteridad, la coexistencia, la paz, el diálogo, etc.).

La sostenibilidad de la cultura tiene un componente fundamental, el capital humano, que en esencia es el resultado de un entorno cultural determinado. El capital humano o capital social tiene relación con el grado de integración de los individuos y con el tipo de relaciones que mantienen entre sí y dentro de un grupo (cuidado de los mayores, grado de confianza en sí mismo y en los demás miembros de la sociedad, el asociacionismo, etc.). Es un

Shafer propone indicadores concretos, como ratios de estudiantes por profesor, indicadores recreativos -disponibilidad y uso de parques-, cantidad y calidad de la oferta de ofertas artísticas, acontecimientos, estabilidad política, diversidad de religiones. Cabe considerar que debería profundizarse en los indicadores de diversidad (de lenguas, de opciones políticas, de medios de comunicación, etc). Es decir en todo lo que haga referencia a la diversidad y al pluralismo.

campo de reciente desarrollo que puede arrojar luz sobre su influencia en el crecimiento, en la innovación, etc. En este sentido, la desigualdad de acceso a la cultura y la desigualdad económica hacen disminuir el capital social, ya que disminuye la confianza que se tiene en las otras personas¹⁷.

Existen muchos valores que son imprescindibles para que el capital social (o cultural) pueda desarrollarse: solidaridad, altruismo, respeto y tolerancia, valores que pueden y deben fomentarse mediante la participación.

Cuando se habla de capital social (que, en cierto modo, podría denominarse también capital cultural) deben incluirse también los códigos éticos y la capacidad de emprender de las personas que construyen empresas o las dirigen. Estos valores de los individuos, en sus múltiples facetas (trabajador, ciudadano, empresario) se transmiten por medio de la cultura, por lo que la educación y la comunicación se convierten en los mecanismos fundamentales.

Hay que poner particular énfasis en las minorías, a las que deben reconocerse sus tradiciones y costumbres, sus prácticas, sus lenguas y su patrimonio, protegiéndolos y revitalizándolos. Resulta curioso que se acepte universalmente la necesidad de proteger y preservar el patrimonio histórico monumental o la biodiversidad, pero que no exista el mismo consenso sobre las lenguas muy minorizadas.

3. LAS HIPÓTESIS DE CANCLINI

García Canclini propone tres hipótesis sobre las relaciones entre cultura y desarrollo:

A. El desarrollo más productivo de la cultura es aquel que privilegia la comunicación y el intercambio y que valora y potencia las diferencias. De esto se han dado cuenta los grupos de comunicación que tienden a ofrecer productos según mercados segmentados, a veces tanto, que se puede llegar a ofertar productos casi individualizados por medio de las redes de Internet, como el vídeo bajo demanda.

17. B. Kliksberg, *Capital social y cultura. Claves olvidadas del desarrollo*, Intal Divulgación, Documento de divulgación, núm. 7. Banco Interamericano de Desarrollo-INTAL (Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe), Buenos Aires, 2000, p. 12.

Hoy por hoy, el mayor riesgo no es tanto la uniformización de contenidos producidos como la de los difundidos, en el caso de que únicamente se difundan las *diferencias comercializables*. Existe cine realizado en Sudamérica, en África, etc., pero la inmensa mayoría de las películas que se proyectan en las salas son norteamericanas¹⁸. En el resto de las industrias, como en la discográfica, las diferencias se editan en función de las inversiones efectuadas y de las remuneraciones esperadas, y no en función de dar a conocer la alteridad.

B. La **cultura sostenible** es aquella que busca promover la diversidad, de cara a hacerla disponible de manera dinámica para las generaciones futuras. De manera dinámica, porque no implica traspasar intactos instrumentos, leyendas, lenguas y costumbres, sino instrumentos, lenguas y costumbres que han evolucionado en un marco de diálogo cultural intranacional e internacional. Esto resulta difícil en un mundo en el que prima el *star system* y en el que únicamente un pequeño porcentaje de autores de libros, de intérpretes y compositores de música, de guionistas, etc., concentra la mayor parte de los ingresos remunerados destinados a la autoría.

Puede señalarse que los Estados promulgan leyes de ayuda y de fomento a estas actividades, pero resultan insuficientes con relación a los retos que se plantean. Además, las ayudas se concentran en unas pocas actividades, como el cine y el teatro, mientras que se dejan a la iniciativa privada las actividades rentables, como la edición musical, bibliográfica, la prensa diaria, la radio y la televisión, aunque afortunadamente continúan existiendo las radiotelevisiónes públicas.

Es la sostenibilidad cultural la que permite justificar las políticas de comunicación y culturales dirigidas a fomentar todos los estadios de la producción cultural, por lo que deben idearse mecanismos para impulsarla. Es necesario porque el mercado no puede asegurar por sí solo la diversidad cultural y menos aún en la era de la globalización¹⁹.

Ahora bien, no solo debe fomentarse la oferta de contenidos, sino que también debe desarrollarse la demanda, mediante el fomento de la innovación, el espíritu crítico y el diálogo intercultural.

18. El porcentaje de entradas correspondientes a las películas norteamericanas en muchos países puede ser superior al 80 %.

19. Coalition pour la diversité culturelle, *Les politiques culturelles ne doivent pas être soumises aux contraintes des accords de commerce international*, septiembre de 2001, Quebec, p. 12.

C. La tercera hipótesis es que **el mercado no es capaz por sí solo de gestionar la sostenibilidad cultural**. Canclini aporta el dato de que algunos ejemplos de liberalización, como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, entre México, Canadá y Estados Unidos, no han conseguido incrementar la producción cultural y por tanto no han fomentado la diversidad, sino que incluso la han disminuido. En México, mientras que en los diez años anteriores se habían producido 747 películas, en la década posterior a 1994 únicamente se produjeron 212 películas²⁰.

La sostenibilidad debe abordarse de manera internacional. Haciendo efectivas declaraciones como las de diversidad cultural, pero también incluyendo en las agendas de discusión en el seno de la OMC la diversidad y la multiculturalidad como objetivos. También debe estudiarse cómo deben evolucionar los derechos de autor y su gestión, y por supuesto utilizando los instrumentos fundamentales que son los que constituyen y legitiman la radio y TV públicas.

4. CULTURA DEL DESARROLLO Y DESARROLLO DE LA CULTURA

Se tiende a considerar que ambos conceptos son relativamente intercambiables, aunque en todo caso son complementarios. Cuando se relacionan cultura y desarrollo se busca eliminar la pobreza, potenciar los derechos humanos, mejorar la salud, la educación..., pero pueden distinguirse dos tipos de relaciones, dependiendo de cuál de los dos términos actúe como nombre y cuál como adjetivo. Lo mismo puede decirse de la comunicación y la cultura.

Cultura para el desarrollo se refiere al papel que pueden desempeñar la cultura y los procesos culturales para alcanzar los objetivos del desarrollo. Supone que el objetivo es el desarrollo y que la cultura contribuye a alcanzar los objetivos del desarrollo.

De manera similar, la comunicación para el desarrollo se define como la contribución de la primera al segundo, entendiendo la comunicación como la parte dinámica de la cultura, ya que es por medio de ella como la cultura evoluciona y se desarrolla. La comunicación se suele identificar con los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) pero incluye elementos tan fundamentales como la comunicación interpersonal y la comunicación por medio de elementos e instituciones culturales como el teatro, la danza, la música, etc.

20. Cf. N. García Canclini, *Todos tienen cultura: ¿Quiénes pueden desarrollarla?*, Conferencia para el seminario sobre cultura y desarrollo, en el Banco Iberoamericano de Desarrollo, Washington, 24 de febrero de 2005, p.9.

Diferencia entre cultura para el desarrollo y desarrollo de la cultura

	Cultura para el desarrollo	Desarrollo de la cultura
Objetivo	—Crecimiento económico —Cambio social	—Cambio cultural (participación) —Crecimiento de la industria de la comunicación y de la cultura —Fomento del pluralismo y de la diversidad
Público objetivo	—Comunidades —Jóvenes/niños/minorías/desfavorecidos	Audiencias/visitantes /consumidores/compradores/comunidades/
Aspectos del desarrollo	—Influencia de las formas tradicionales y culturales —Uso de los medios de comunicación y marketing cultural para el desarrollo	—Promoción del crecimiento cultural como un aspecto del desarrollo —Preservación y apoyo del desarrollo del patrimonio e infraestructuras culturales
Aspectos de la cultura	—Crecimiento personal y comunitario, educación, habilitación. —Utilización de actividades culturales como mecanismos no formales de educación, comunicación y participación para la consecución del desarrollo	—Satisfacción de las necesidades estéticas y culturales
Participantes	ONGs públicas y civiles comprometidas con el cambio	ONGs públicas y civiles comprometidas con la cultura, empleo, patrimonio, artes de caballete, industrias culturales, turismo, ocio, etc.
Instrumentos	—Políticas económicas —Teatro, danza, música, marionetas, cuentacuentos, radio, televisión, video libro, cine, artesanía	—Políticas culturales, políticas de comunicación, políticas económicas, derechos de propiedad intelectual —Mercados culturales, sector privado —Políticas de desarrollo —Instrumentos de los derechos humanos —Gobernación —Teatro, danza, música, marionetas, cuentacuentos, radio, televisión, video libro, cine, artesanía

Fuente: Adaptación de K. Epskamp y otros, «Introduction. Outlining the Debate», en *Culture and Development vs. Cultural Development*, IMO, Culturelink, número especial, 2000, Zagreb, 2000, p. 8.

Esta concepción de la cultura al servicio del desarrollo, en su forma más pura, es la que se ha sustentado por medio de las teorías de la modernización y del difusionismo. Estas se fundamentaban en que el desarrollo podía ser estudiado mediante una serie de etapas, que de manera lineal debían recorrer todas las sociedades (economías), de forma que el papel de la cultura era el de promover estos cambios para llegar a alcanzar la sociedad-economía moderna. Más específicamente, se trataba de que la cultura, por medio de la comunicación, debía colaborar en esa superación de etapas, especialmente mediante la eliminación de las trabas de carácter cultural.

La visión más radical de la cultura al servicio del desarrollo es el análisis de Rostow. En este, la cultura es negada, porque se trata de sustituir valores culturales existentes por otros que, teóricamente, van a permitir el desarrollo.

Según Rostow se pasa de una sociedad tradicional a una etapa de consumo de masas. Esta transición debía efectuarse desde una sociedad tradicional, caracterizada por una escasa innovación tecnológica, que suponía una baja productividad y que se identificaba con una sociedad estática, como consecuencia del tradicionalismo propio de estas sociedades. Por tanto, esta etapa debe ser superada, mediante la adopción de métodos y de prácticas avanzadas de producción, traídas de los países que ya han alcanzado la última etapa de desarrollo.

Esta adopción de métodos es la que permite pasar a una tercera etapa, de despegue de aquellos sectores en donde se han aplicado los métodos y técnicas modernas de producción; sectores que generalmente se identificaban con industrias como la ferroviaria, la textil, etc. El siguiente estadio era el camino hacia la madurez, en donde la productividad ya se aplica a todo tipo de actividades y que inauguraba la etapa del consumo de masas, que se identificaba con el Estado del bienestar y con el modo de regulación fordista. En este pensamiento rostowiano, la última etapa puede interpretarse como el fin de la historia del desarrollo.

El pensamiento de Rostow es a la economía lo que la escuela funcionalista, representada por Lerner y Schramm, es a la comunicación, que asigna a la cultura y principalmente a los medios de comunicación el papel de modernizadores²¹. Los medios influían en el cambio social que debía acontecer para llegar al desarrollo, es decir, en romper con lo tradicional e introducir el pensamiento moderno. Lo moderno, como contrario a lo tradicional, se

21. Sobre este particular pueden consultarse las obras de los fundadores: D. Lerner, *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*, Free Press, Glencoe, Illinois, 1958; W. Schramm, *Mass Media and National Development: the Role of*

asociaba a la urbanización, a la alfabetización e incluso a la interiorización de nuevas formas de conducta que produjeran los cambios en las instituciones y por tanto sostuvieran el proceso modernizador. La modernidad se identificaba con «la gente va a la escuela, lee prensa, recibe remuneración pecuniaria por su trabajo, compra bienes, vota y puede opinar sobre una variedad de temas»²².

En este pensamiento se busca el desarrollo de la industria de la comunicación, si bien siempre al servicio de lo *moderno*.

En su forma más extrema significa posponer lo social, lo cultural y lo ecológico para después del crecimiento. Se le asigna al crecimiento el hacer crecer el pastel, para después discutir sobre cómo distribuirlo.

Esto es lo que pensaba Kyong-Dong, en Corea, tras el golpe militar de Park Chung-Hee. En primer lugar, para buscar legitimidad estableció como prioridad mejorar las condiciones de vida de los coreanos; como se consiguió el crecimiento, muchos intelectuales lo apoyaron y consideraban que la democracia podía esperar. Incluso, cuando se reclamaba mejor reparto del crecimiento, el primer ministro declaraba en la prensa que aún necesitaban crecer más antes de proceder al reparto equitativo de sus frutos²³.

Afortunadamente, esta concepción de la cultura al servicio del desarrollo dio paso a una nueva, que es precisamente la inversa. Klitgaard²⁴ analiza las relaciones entre economía y cultura y concluye que la cultura afecta a la

Information in the Developing Countries, Stanford University Press, Stanford, 1964; D. Lerner y W. Schramm (eds.), *Communication and Change in the Developing Countries*, The University Press of Hawaii, Hawaii, 1967, y E. M. Rogers (Ed.), *Communication and Development: Critical Perspectives*, Sage Publications, Beverly Hills, California, 1976.

22. Cf. H. Mowlana y L. Wilson, *Comunicación, tecnología y desarrollo*, Unesco, París, 1994, p. 8. Citado en J. J. Cortés Carrasco, *Modelos de comunicación y paradigmas del desarrollo*. Trabajo de investigación, para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados, Universidad del País Vasco-Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional, 2005.

23. K. Kyong-Dong, «The Culture of Development and the Idea of “Cultured Development”», en M. Lee y otros (eds.), *Culture & Development in a New Era and in a transforming World*, The Institute for Far Eastern Studies y Unesco, Kyungnam University, 1994, p. 8 y ss.

24. R. Klitgaard, «In Search of Culture», En *Culturelink*, núm. 6, Zagreb, 1992, pp. 59-64.

función de producción de bienes y servicios (podemos agregar valores), es un argumento en la propia función de producción y es una variable dependiente, también afectada por las políticas culturales y de comunicación.

Tradicionalmente, esta función de producción se representaba de la manera siguiente: $y = f(\text{factores productivos, organización, regulación, innovación, cultura})$, siendo y la producción de un bien o un servicio que es función de varios factores, entre los cuales se encuentra la cultura, que se considera variable independiente. Klitgaard ve que, además, la cultura determina la propia función (f) y que, a su vez, la cultura puede ser afectada por el resto de las variables. Esta retroalimentación compleja es la que hace pensar en la omnipresencia de la cultura.

El *desarrollo cultural* busca desarrollar la cultura, y la mejor manera de hacerlo es la política cultural, por medio de distintos objetivos, en general complementarios. Pueden ser políticas de oferta o de demanda. Las primeras buscan crear o incrementar las industrias culturales (cine, vídeo, TV), las preindustrias (teatro, danza), el patrimonio o el turismo y la formación de actores. Las políticas de demanda persiguen la motivación y la formación necesaria para poder disfrutar, e incluso crear, aunque sea de manera *amateur*, con el convencimiento de que solo la diversidad de expresiones artísticas y culturales pueden reflejar la riqueza y variedad de las experiencias humanas²⁵.

Esta concepción de cultura, como sinónimo de diversidad, comienza en la conferencia de Bogotá de 1978 (Americacult, conferencia intergubernamental sobre políticas culturales en América Latina y el Caribe) y la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales de México en 1982, que se pueden considerar el inicio de una noción de política cultural suficientemente extensa para incluir diferentes campos relacionados con la cultura como la preservación, la creación, la diseminación y la administración de la cultura.²⁶

Entra en la fase de madurez en los noventa, con los Foros Interagencias sobre Cultura y Desarrollo bajo el mecenazgo de la UNESCO, de 1991, en París, y de 1993, en Corea, y con la Conferencia sobre Políticas Culturales pa-

25. Primer Encuentro Internacional de Asociaciones Profesionales del Ámbito de la Cultura, 10-13 septiembre de 2001, Declaración final.

26. K. Epskamp y otros, «Introduction. Outlining the Debate», en *Culture and Development vs. Cultural Development*, IMO, Culturelink, número especial, 2000, Zagreb, 2000, p. 4.

ra el Desarrollo, de Estocolmo, en 1998, lugar donde se crea la Declaración Universal sobre Diversidad Cultural. Previamente la UNESCO había publicado el Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo sobre Nuestra Diversidad Creativa. Con ellas se enfatiza la identidad cultural como derecho, y para ejercer dicho derecho se justifican las políticas culturales²⁷.

En la Conferencia de Estocolmo, se aprobó el Plan de Acción sobre Políticas Culturales para el Desarrollo, que muestra esta aproximación del desarrollo de la cultura. Así, en el cuarto objetivo, que es el de promover la diversidad lingüística y cultural, se encomienda a los medios de comunicación y a las TICs que contribuyan al desarrollo cultural, mediante «la promoción de las lenguas y culturas locales, regionales y locales, exploración y preservación del patrimonio nacional y la promoción de la diversidad de las tradiciones culturales e indígenas así como de las identidades culturales nacionales, a la vez que se garantiza la independencia editorial de los medios públicos».²⁸

En este texto básico y ejemplar se busca también promover el desarrollo de las nuevas tecnologías y de los nuevos servicios de información y de comunicación, así como el acceso a estos, ya que estas tecnologías y servicios pueden contribuir al trabajo creativo, elemento fundamental en la construcción de la denominada sociedad de la información.

El desarrollo cultural es visible cuando se habla de desarrollar las industrias culturales. En la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural, de la UNESCO, se señala como objetivo «ayudar a la emergencia o consolidación de las industrias culturales en los países en vías de desarrollo y en los países en transición, cooperando en el desarrollo de las infraestructuras y de las habilidades necesarias, potenciando los mercados que puedan ser viables, a nivel local y facilitando el acceso a los productos culturales de estos países al mercado global y a las redes de distribución internacionales»²⁹.

27. Cf. E. R. Harvey, «Cultural Rights, Cultural Policy, Cultural Diversity and constitutional Law in Latin American Countries», en *Cultural Diversity and Sustainable Development*, IMO, Culturelink, número especial 2002-2003, Zagreb, 2003, p. 59-71.

28. Cf. *UNESCO's Basic Texts on the Information Society*, UNESCO, París, 2003, p. 34.

29. Cf. *UNESCO's Basic texts on the Information Society*, UNESCO, París, 2003, p. 38.

Las industrias culturales cumplen el papel de generación de mercados³⁰, a la vez que sirven de transmisores de símbolos, necesarios para la formación de las identidades y del desarrollo de prácticas sociales y culturales que puedan hacer realidad los fines culturales (preservación y difusión del patrimonio, fomento de la creación, producción y difusión de contenidos culturales). La retroalimentación entre desarrollo de infraestructuras e industrias culturales está implícita, ya que la disponibilidad de infraestructuras y el acceso permite el desarrollo de industrias culturales electrónicas en línea.

30. La cultura tiene un peso creciente en las economías, especialmente en los EE. UU. en donde la industria audiovisual constituye la primera actividad exportadora. En la mayoría de países supone entre el 4 y el 7 % del PNB. Cf. N. García Canclini, *Todos tienen cultura: ¿Quiénes pueden desarrollarla?*, conferencia en el Seminario sobre Cultura y Desarrollo, Banco Iberoamericano de Desarrollo, Washington, 24 de febrero de 2005.

Capítulo III. Las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs)



1. TICS Y CAMBIOS

Los cambios asociados a las nuevas tecnologías proceden de cinco mutaciones fundamentales:

1. La *digitalización* de los datos, imágenes y sonidos.
2. La compresión digital que facilita el almacenamiento de los datos digitalizados y sobre todo su transmisión a mayor velocidad y el incremento constante de las capacidades o de las velocidades de procesamiento de los diferentes aparatos electrónicos: ordenadores, televisores, etc.
3. La *miniaturización* y la movilidad. Se ha visto que en la última década se han multiplicado los aparatos de almacenamiento y lectura de distintos formatos digitales (mp3, MPEG4, etc.), de reducidas dimensiones. Además, se ha expandido la demanda de telefonía móvil, que cada vez más integra estos aparatos de lectura y de almacenamiento.
4. La *reticulación* o puesta en red de distintos ordenadores, sea por medio de intranets, es decir de redes privadas, dentro de la mayoría de las organizaciones (empresas, administraciones) o de Internet, que es la red más conocida.
5. La *diversidad de software*, que permite llevar a cabo todo tipo de actividades: comercio electrónico, correo electrónico, intercambio de ficheros, bitácoras, etc.

Estos cambios técnicos han entrañado grandes transformaciones en diferentes ámbitos:

— En los mercados, en las organizaciones, en las estrategias y en la innovación. El comercio electrónico, en sus diferentes versiones (interempresas, empresas-clientes y empresas-administración), reduce el coste de las transacciones, lo que puede suponer fácilmente una reducción en los precios de venta al público de un 15 %¹.

1. Cf. N. K. Hanna, *Why National Strategies are needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information solutions Group, ISG Staff Workings Papers, núm. 3, June 2003, p. 14.

El comercio electrónico permite crear nuevos productos y servicios. En el caso de los diarios o sitios de noticias, además de la posibilidad de la continua actualización, se puede acceder a artículos relacionados. Además se puede acceder en todo momento y lugar.

Las posibilidades son múltiples. Para los compradores resultan de gran interés los motores de búsqueda y comparación de prestaciones, precios, etc., con lo que se puede acceder a una mayor información, que facilite la evaluación de las compras. Aparecen nuevas formas de contratar, como es el caso de las subastas que antes se circunscribían al ámbito de las obras de arte o de los productos primarios como pesca. Por otro lado, permite que un número de compradores se alíen para obtener mejores precios de un determinado bien.

Por medio de las redes se permite la comunicación entre diferentes departamentos de una misma empresa u organización y entre diferentes empresas del mismo grupo u organización, con lo que se pueden articular organizaciones más autónomas. En algunos casos permite atender las 24 horas un determinado encargo, cuando lo ejecutan dos equipos situados en las antípodas, de forma que cuando se acaba la jornada laboral en un país, se envían los datos y se continúa en el otro.

Existen algunos casos en los que las aplicaciones de las TICs han supuesto importantes mejoras. En Kenia, Naushad Trading Company, que vende cerámica y madera, en dos años incrementó sus ingresos en un 200 %, cuando ofreció sus productos en línea². Sin embargo, cabe pensar que el impacto del comercio electrónico será en el área de influencia natural. Estar en línea no implica el crecimiento automático de las ventas, ya que las transacciones se fundamentan en valores tales como la confianza, el no oportunismo, etc.

La innovación caracteriza a la industria de las TICs, a la vez que esta favorece la innovación en todos los campos. No solo porque se puede acceder a un mayor número de documentos sino también porque se comunica y se discute en tiempo real.

2. Cf. N. K. Hanna, *Why National Strategies are needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information solutions Group, ISG Staff Workings Papers, núm. 3, June 2003, p. 21.

2. LAS TICS Y EL DESARROLLO

La doble vertiente de las tecnologías de la información y de la comunicación³ (TICs), industria importante en sí e industria transversal a todas las actividades, ha suscitado el resurgimiento de la *neomodernización*. Con este término se quiere dar cuenta del pensamiento que asigna a las TICs la posibilidad de que los países en vías de desarrollo alcancen, de manera automática, a los países desarrollados. Desde la primera mitad de los noventa todos los países avanzados redactan textos proclamando la bondad de las autopistas de la información y la necesidad de entrar en la sociedad de la información, generalmente recitando el *mantra* de que sea el mercado quien gestione la implantación y el desarrollo de las TICs⁴.

También los países en desarrollo hacen suyo este pensamiento y comienzan a desarrollar políticas de implantación de las TICs. Estas pueden servir para alcanzar el estadio de los países desarrollados mediante el avance con salto de etapas (*leapfrogging*)⁵. No acceder a las redes supone quedar fuera del mundo de las finanzas, de las comunicaciones, del comercio electrónico, etc., o lo que es lo mismo quedar más marginado de lo que se pudiera estar anteriormente. Mediante las redes se puede tener acceso a todos los recursos del saber científico, por lo

3. Las TIC se definen como «las tecnologías y técnicas electrónicas utilizadas para gestionar información y conocimiento, e incluyen aquellos bienes, servicios y aplicaciones que son utilizados para producir, almacenar, procesar, distribuir e intercambiar información. Incluyen las viejas tecnologías como la radio, la televisión y el teléfono, y las nuevas como los ordenadores, satélites, Internet y la tecnología inalámbrica. Estas diferentes herramientas son capaces de trabajar relacionadas y en combinación para formar nuestro *mundo interconectado*: una infraestructura masiva de servicios de teléfono interconectados, hardware de computación estandarizado, Internet, radio y televisión, que llega a cada esquina del globo». Esta definición es del Programa para el Desarrollo las Naciones Unidas (PNUD). Cf. *Tools for Development. Using Information and Communications Technology to Achieve the Millenium Development Goals*. Working Paper, United Nations ICT Task Force, Diciembre de 2003, p. 4. En este texto, se indican los objetivos de las TIC asociados a los Objetivos del Milenio, así como propuestas de indicadores, aunque solo a título ilustrativo.

4. Baste citar en informe Bangemann, titulado *Europa y la Sociedad de la Información planetaria*, publicado en 1994 o *Construir la sociedad europea de la información para todos*, en 1997. Ambas obras son de la Comisión Europea, Bruselas.

5. El *leapfrog* es la posibilidad de adoptar una tecnología, sin haber tenido que pasar por las fases anteriores de ésta. Es el caso de la adopción de la telefonía móvil en un país en donde no exista infraestructura de líneas de teléfono fijas.

que cualquier Universidad africana podría acceder a los mismos recursos que una Universidad norteamericana prestigiosa. Además de la enseñanza universitaria, la introducción de ordenadores y de su conexión a redes mejoraría la enseñanza primaria y la secundaria, que podrían llegar a ser equiparadas a las del resto de países desarrollados.

Otras áreas en las que se ha visto que la implantación de ordenadores supondría un salto cualitativo gigantesco era la sanidad, la democracia electrónica, el comercio electrónico, etc. En los discursos todo es maravilloso. Incluso, como se trabajaría en casa, habría menos desplazamientos a los trabajos, con lo cual se reduciría la polución, etc.

En la segunda mitad de los noventa, los organismos internacionales de cooperación con el desarrollo proponen programas destinados a que los países en vías de desarrollo accedan a la sociedad de la información. Así, la UIT propuso en 1995 el proyecto WorldTel destinado a atraer inversiones privadas para construir unos 40 millones de líneas telefónicas en los países en vías de desarrollo durante los diez años siguientes⁶. En general, las propuestas de los organismos han sido de equipamiento de infraestructuras (líneas telefónicas, ordenadores) en la creencia de que dicho equipamiento implicaría aumentos en la productividad y el acceso automático a los beneficios de la SI.

3. TICS. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS PARA LA CULTURA DIGITAL

La utilización de las redes interactivas abre muchas oportunidades, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. En primer lugar, disminuyen los costes de producción y de distribución, lo que favorece la experimentación de contenidos y de formatos, así como una oferta múltiple de estos.

Permite la coexistencia de los contenidos locales con los globales, lo cual puede estimular el conocimiento de los otros, y por medio de la interactividad puede aumentar el diálogo entre iguales (miembros de una misma comunidad) y entre diferentes, lo cual puede contribuir a aumentar el diálogo intercultural.

6. Cf. C. J. Hamelink, «Le développement humain», en UNESCO, *Rapport mondial sur la culture*, UNESCO, París, 2000, p. 40.

De esta forma puede coexistir lo masivo y lo particular, y los grupos reducidos pueden ver satisfechas sus necesidades. En concreto, las redes permiten la oferta y el consumo de contenidos en lenguas minoritarias, cuando antes no tenían ninguna posibilidad de existencia o de viabilidad.

Aparecen nuevas formas complementarias de remuneración. Antes, no existía el comercio de programas de televisión destinados al gran público, por lo que Internet crea por medio de las redes nuevas oportunidades de financiación.

Pero estas oportunidades siempre entrañan unos riesgos. En primer lugar, la concentración de capitales hace que pueda reducirse el pluralismo en cualquiera o en todos los estadios —creación, producción y distribución—. Además, dado que muchas de las actividades en línea se financian por medio de la publicidad, el principal motivo del diseño y de la implementación de un sitio es la captación de mayores ingresos publicitarios, por lo que se introduce una lógica —la de la publicidad— que puede actuar como censura de determinados contenidos. La adquisición de las redes sociales (*social networks*) por los principales grupos de comunicación mundiales no obedece a que quieran potenciar el diálogo y la comunicación que caracteriza a estos sitios, sino porque al ser lugares muy frecuentados, actúan como imanes publicitarios.

Sigue existiendo el intercambio desigual de noticias y de contenidos y continúa el predominio que Estados Unidos tiene en el audiovisual, si no en los contenidos ofertados, debido a la barrera de la lengua, sí en los formatos. Al disfrutar de un gran mercado, los grandes grupos de comunicación marcan pautas en el desarrollo de los contenidos. Afortunadamente las grandes empresas están adquiriendo compromisos de cooperación con los países en vías de desarrollo, lo que facilita el acceso a la herramientas informáticas y a Internet. Así, en el 2006, Microsoft tradujo Windows al zulú, setswana y afrikaans⁷, cuyas versiones pueden ser descargadas de forma gratuita en microsoft.com.

Ahora bien, con Internet se configuran dos mundos, con dos velocidades diferentes. Uno, global, formado por los países desarrollados, con predominio anglosajón, y otro, constituido por los países en vías de desarrollo, con una

7. Ya existía software de código abierto (*open source*) en diferentes lenguas africanas, con el 10 % de cuota de mercado, ya que en África del Sur el 90 % de los ordenadores funcionan con Windows. Tomado de «South Africa: Microsoft Translates Windows into Three Local Languages», en *PEN Weekly NewsBlast*, Business Day, Johannesburgo, 21 de abril de 2006.

limitada producción y un más difícil acceso. Incluso dentro del primer mundo, no todos van a la misma y exacta velocidad.

En esta dinámica, lo público va perdiendo peso y valor. En el mundo analógico, las radios y las televisiones públicas pierden peso relativo respecto del conjunto de la industria, y en el mundo digital, lo público es aún más minoritario, y no justifica su actuación sobre la base de los principios que eran fundamentales hasta hace poco, como el servicio público, con pocas excepciones, como los sitios web de la BBC.

La defensa y la gestión de los derechos de autor es más difícil en Internet y la solución a los nuevos problemas con que se enfrentan —dificultad de eliminar la piratería, y de garantizar los *derechos morales*— hace que se busquen soluciones —como los DRM— que perjudican al usuario, al cual, a veces, se le niegan prácticas antes existentes, como el poder prestar un CD a un amigo o familiar⁸. Muchas veces se justifica este atentado contra la esfera de la vida personal, por la generalización de las redes de intercambios denominados P2P (peer to peer).

Esto significa la necesidad de buscar modelos alternativos de remuneración a los creadores y nuevos mecanismos de financiación, que hoy se concretan en modelos mixtos en los que se conjuga la publicidad con diferentes modos de pago (por unidad, tarifas planas, suscripciones con tope de consumo, afiliación, etc.)⁹.

La digitalización eleva las barreras de entrada de acceso al consumo. Cada vez más, este se realiza por medio de aparatos mediadores, por lo que suponen en sí un coste necesario para poder acceder a los contenidos —un lector de CDs, un ordenador— así como la conexión a Internet, y, en su caso, el pago por determinados productos, y los conocimientos y motivaciones necesarias para poder aprovechar plenamente las posibilidades de las redes.

8. Los Digital Rights Management (gestión de derechos digitales) son mecanismos aplicados por los vendedores de contenidos musicales en Internet, que imponen limitaciones. Permiten limitar el número de veces que se copia el contenido y a veces imposibilitan leerlo en un soporte diferente al ordenador por medio del cual se descargó.

9. En Internet han aparecido fórmulas de remuneración diferentes como el contrato de afiliación. Es muy típico con Amazon. Si un visitante de un sitio ve un anuncio de un libro de Amazon y tras ir a éste, lo compra, entonces Amazon remunera al sitio del que procedía el comprador con una cantidad que puede llegar hasta el 10 % del precio de venta del libro.

A pesar de que el número de páginas en Internet es muy elevado, las más visitadas están concentradas en muy pocos grupos, de manera que quedan muy pocas posibilidades de rentabilización para el resto de empresas (pequeñas y medianas). Las páginas más visitadas en EE. UU. (buscadores como Google y Yahoo y sitios de noticias MSN, CNN, etc.) pueden concentrar hasta cerca del 90 % de los ingresos por publicidad¹⁰.

4. LAS TECNOLOGÍAS DE PROPÓSITO GENERAL

Muchos son los nombres¹¹ que se han dado a los aspectos económicos de las TICs. Se habla de economía de las redes, economía de lo inmaterial, economía del conocimiento, economía de la información, economía de la innovación, economía del aprendizaje, etc., lo que muestra que son múltiples los aspectos a los que afecta Internet.

De manera general, puede señalarse que las TICs pueden ser consideradas como tecnologías de propósito general (TPG¹², General Purpose Technologies). Las principales TPG a lo largo de la historia han sido los motores de vapor y la dinamo eléctrica y se caracterizan por:

- Amplio campo para la mejora y la elaboración.
- Aplicabilidad en una variedad de productos y procesos.
- Fuerte complementariedad con las tecnologías ya existentes o con las potenciales nuevas.

10. En Internet, las audiencias son captadas por sitios que no proceden de los medios tradicionales y que son quienes drenan la mayoría de los ingresos de publicidad en Internet. Los sitios de Internet gestionados por los medios se caracterizan por una demografía muy determinada. ESPN.com (deportes) de Disney es visitada por hombres de 18 a 35, y FamilyFun.com —también de Disney—, fundamentalmente por mujeres con hijos. Yahoo puede tener 122 millones de visitantes en agosto de 2005 y tuvo unos ingresos de publicidad de 3,6 billardos de dólares, algo más que los 3,2 de Google. Solamente estos dos buscadores ya recaudan el 50 % del total de publicidad que va a Internet. En otras palabras, el 71 % de los ingresos podrían estar concentrados en las 10 primeras propiedades de Internet. Mientras tanto, todos los sitios de News Corp. juntos no llegaban a los 12 millones de visitantes; Walt Disney tenía algo más (30,7 millones) y Viacom 39,8 millones. J. Angwin, «Media Firms Dig Into War Chests For Latest Assault on the Internet», *The Wall Street Journal*, 28-9-2005, A1.

11. Cf. J. C. Miguel de Bustos, *Cultura, Comunicación y Desarrollo*, Cuadernos de Trabajo núm. 16, Hegoa, Bilbao, 1996, p. 25.

Algunos economistas consideran que las TICs son la TPG del momento. Pensando en Internet estas características son evidentes:

— La **mejora es continua**, por cuanto se aumenta la velocidad de acceso a Internet, que permite navegaciones y descargas más rápidas. Dado que Internet puede ser considerado como un *bien sistema*, la mejora de cada una de las partes de que consta mejora la calidad del conjunto. Si consideramos que para acceder a Internet se necesita un ordenador, una determinada conexión y un navegador, resulta evidente que la mejora de cada uno de estos elementos afecta al conjunto. A la inversa, el deterioro de uno de ellos afecta a su totalidad, de forma que la bondad del *bien sistema* está dada por el elemento de menor calidad.

— **Multitud de usos**. Resulta difícil utilizar el singular, ya que se puede acceder a todo tipo de información y conocimientos con muy diferentes propósitos: ocio, profesional. Puede ser utilizado como elemento de comunicación entre todo tipo de personas físicas o jurídicas —particulares, empresas, administraciones—, por medio del correo electrónico o como mercado. El comercio electrónico es una actividad en auge en Internet, como consecuencia de las grandes ventajas que ofrece, entre las que cabe destacar la reducción de los costes de transacción.

— **Variedad de productos** o procesos. Viene explicada por la ingente cantidad de tipos de páginas a las que se puede acceder con muy diferentes propósitos. Una misma información puede ser consultada o transmitida de muy diferentes maneras: radio, prensa y TV en Internet, bitácoras (*blogs*), *podcast*, etc. Cabe incluir la tecnología P2P que permite intercambiar informaciones y ficheros de manera descentralizada.

— Finalmente, la conexión con otras tecnologías presentes o potencialmente futuras se muestra en las relaciones entre Internet y la telefonía móvil, o Internet y la televisión o la descarga de películas y músicas para ser almacenados en lectores de MP3 u otros estándares.

12. N. K. Hanna, *Why National Strategies are needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information Solutions Group, ISG Staff Workings Papers, núm. 3, june 2003, p. 12.

5. TICS Y DIFERENCIAS DE DESARROLLO

El establecimiento de prioridades en el desarrollo no es tarea fácil, porque los gobiernos están influenciados por los discursos sobre las TICs. Hasta ahora, en la mayoría de escritos se asigna a las TICs dos tipos de objetivos o de resultados.

Se las asocia con el poder de reducción de la pobreza y la posibilidad de mejorar la educación y la salud, lo cual se traduce en un incremento en la calidad de vida, y por tanto en una mejora del *desarrollo humano*. Por otro lado, se asocia a las TICs con el crecimiento de la productividad, a pesar de la falta de evidencias empíricas al respecto, especialmente en los países en vías de desarrollo.

Sí que existen estudios referidos a Estados Unidos o un determinado país desarrollado. En Estados Unidos y en los países desarrollados, las TICs contribuyen a un incremento de la productividad en todas las áreas, especialmente en aquellos sectores que utilizan las TICs de manera más intensiva. En los países en vías de desarrollo, resulta difícilmente mensurable porque las TICs aún no se utilizan de manera generalizada, si bien cabe esperar estos incrementos de productividad, que se traducen en contribuciones al crecimiento del PNB.

En los países de la OCDE, parece que ya no se da la paradoja de Solow, que ha caracterizado a los ochenta y parte de los noventa, y que puede ser descrita como la baja repercusión sobre la productividad de la rápida difusión de los ordenadores. A esta falta de relación entre el incremento de la informatización y de la productividad se le han buscado varias explicaciones, entre las que destaca la que señala que los beneficios en la economía no son inmediatos, en la medida en que se dan continuos ajustes: en la cualificación de la fuerza de trabajo, en la organización del trabajo vinculada a la utilización de las TICs y en los costes de implementación de *hardware* y *software*.

A su vez, todo ello depende de factores exteriores a las propias empresas, como las relaciones que mantengan entre ellas (por ejemplo por medio del comercio electrónico b2b), y depende del marco regulatorio que afecta a las comunicaciones electrónicas (seguridad, firmas electrónicas, estándares, derechos de propiedad intelectual). Ello significa que, además de inversiones en TICs, se requieren inversiones en el capital humano y en la mejora organizativa.

Según un estudio reciente de la OCDE, las TICs se comportan como motores del crecimiento de las economías de los países miembros, primero de las empresas mismas y luego de las economías nacionales, de forma que puede cuantificarse que las TICs contribuyeron entre el 0,3 y el 0,8 % al crecimiento del PNB per cápita entre

1995 y 2001, con grandes diferencias entre los países. En principio, los países que más invierten en TICs (Japón, EE. UU., Australia, los Países Bajos y Dinamarca) son los que más pueden esperar mayores aportes al crecimiento del PNB, pero también deben considerarse factores como el propio tamaño de la demanda de TICs, la innovación en las TICs y la demanda e innovación inducida por ellas, incluidas las mejoras organizativas que pueden implantarse mediante su puesta en marcha.¹³

Parece difícil trasladar a los países en desarrollo los resultados de la OCDE, debido a lo siguiente:

- Los países en desarrollo no tienen un sector de TICs equivalente en tamaño o proporción a los de la OCDE.
- No tienen sectores industriales con una producción destinada a un mercado masivo.
- Los servicios son escasos.
- Las infraestructuras de comunicación (teléfono, repetidores de televisión, satélite, etc.) no están muy desarrolladas. Esto implica que los costes de comunicación son mucho mayores que en los países de la OCDE.
- Los costes de adquisición de infraestructuras son mayores que en los países productores de estas, debido a que hay que importarlas. Resulta también difícil encontrar financiación adecuada, al tener sistemas financieros inapropiados para este tipo de inversiones.
- Los usuarios de TICs (empresas, administración y particulares) no han desarrollado el saber hacer necesario para sacar el máximo partido a este tipo de tecnología.
- En estos países, al ser la mano de obra abundante y barata, no existe la misma presión para sustituirla por ordenadores.
- Los mercados de telecomunicaciones son estáticos, por cuanto actúan en régimen de monopolio.

Por ello, la OCDE considera que los países en vías de desarrollo están peor equipados para aprovechar las ventajas del potencial de las TICs de cara al estímulo del crecimiento, por lo que continuarán estando situadas, en términos relativos, detrás de las economías de la OCDE¹⁴. Además, la consecución de objetivos sociales y económicos pueden moverse en sentidos opuestos, al menos a corto y medio plazo.

13. Cf. *ICTs and Economic Growth: Evidence from OECD Countries, industries and Firms*, OECD, París, 2003.

14. Las principales razones son el peso de la agricultura, el bajo nivel de servicios, el bajo nivel de formación (primaria, secundaria o universitaria). Cf. OCDE, *ICTs and Economic Growth in Developing Countries*, Development Co-operation Directorate, 10-12-2004, p.3.

6. RIESGOS Y BENEFICIOS DE LAS TICs

Los recursos técnicos (*hardware* y *software*) tienen su origen en los países desarrollados en donde son diseñados según sus necesidades. Recientemente se han diseñado ordenadores de muy bajo precio (ordenadores portátiles a 100\$), que funcionan con una dinamo¹⁵. Lo mismo sucede con el *software*.

Las TICs también ofrecen posibilidades a los países en vías de desarrollo de forma indirecta. Cuantas más personas tengan acceso a la educación, mayor probabilidad tendrán de trabajar incluso para empresas de los países desarrollados. En este sentido, se estima que un 5 %¹⁶ del trabajo en el sector de servicios de los países desarrollados puede ser efectuado desde los países en vías de desarrollo, tal y como ya sucede en países como la India.

Paulatinamente, los países en vías de desarrollo contribuyen a la innovación en el campo de las TICs y son quienes tienen mucho que aportar en el uso de estas para el incremento del bienestar de las personas y de las comunidades. Algo más del 10 % de los 1.100 proyectos que compiten por obtener el premio de Stockholm Challenge 2006¹⁷, concedido a aquellos que aceleran y mejoran la participación de las personas y comunidades, proceden de África. Además, se creó un premio para el mejor proyecto africano, dentro del nuevo certamen World Summit on the Information Society Challenge, creado después de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información.

Con el tiempo, los países en vías de desarrollo podrán también ofrecer *software* adecuado a sus necesidades, con lo que aportarán un importante complemento a la industria del *software* actual. Así, en Ghana, un usuario de un telecentro descubrió que los marcadores que solía guardar en el disco duro del ordenador que compartía con otros usuarios había desaparecido, por lo que ideó un sitio web destinado a los usuarios de Internet que no tienen ordenador y que por tanto no pueden gestionar en todo momento sus marcadores¹⁸. Por extensión, resulta interesante su uso para quienes viajen o quieran en un momento determinado tener acceso desde otro ordenador.

15. Los ordenadores baratos se han desarrollado en la India y Brasil y son conocidos como *simputers*.

16. Cf. N. K. Hanna, *Why National Strategies are needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information solutions Group, ISG Staff Workings Papers, núm. 3, June 2003, p. 20.

17. Se crea en 1995 y otorga premios en seis categorías: educación, medio ambiente, administración pública, cultura, desarrollo económico y salud. Ver <http://www.stockholmchallenge.se>.

Dejando de lado los costes, las infraestructuras pueden implementarse con relativa facilidad, ya que existen diferentes alternativas, como redes de telefonía fija o móvil; también para los ordenadores hay alternativas: ordenadores *ad hoc*, baratos, restaurados, etc. Pero lo que resulta difícil de poner en práctica es el acceso y los contenidos.

A la hora de aprovechar mejor las posibilidades de las TICs, deben considerarse las siguientes acciones:

— Los gobiernos son grandes productores, usuarios, almacenadores y distribuidores de información a organismos de la administración, a empresas y a los individuos, de forma que introducir las TICs en su organización puede favorecer el desarrollo de un sector de servicios especialmente relacionados con el *software* y el mantenimiento de los equipos. Estas tecnologías deben ser empleadas para transformar la propia organización de las administraciones, especialmente en sistemas como el judicial, y los trámites administrativos básicos, como aquellos relacionados con documentos de identificación.

Por otro lado, se ha estimado que las pequeñas y medianas empresas gastan el 20 % de sus ingresos en la obtención de información, en la tramitación de documentos, emisión de licencias, permisos y de tasas relacionadas con las administraciones¹⁹. Esto significa que esta es una de las áreas prioritarias: mejorar las comunicaciones entre empresas, especialmente las pequeñas y medianas con las administraciones.

Hill Gares opina que un país pobre puede entrar en la senda del desarrollo una vez que «la economía es lo suficientemente saludable como para que se incremente la productividad de la agricultura, se creen empleos y la suficiente infraestructura para empezar un ciclo del tipo que ha beneficiado a Korea y Taiwan». A la vez, asigna un papel central a la tecnología, que actúa como acelerador de los procesos²⁰.

18. <http://webmark.backa97.org/index.php>.

19. N. K. Hanna, *Why National Strategies are needed for ICT-enabled Development*, ISG, Information Solutions Group, ISG Staff Workings Papers, núm. 3, june 2003, p. 33.

20. World Economic Forum, *Governance and globalization for the 21s Century: A Conversation with Tom Friedman and Hill Gares*, World Economic Forum Annual Meeting 2006, 27-1-2006.

Capítulo IV. Sociedad de la información y sociedad del conocimiento



1. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Hace poco más de una década que conceptos como sociedad de la información y sociedad del conocimiento estructuran las agendas políticas de los países desarrollados y en desarrollo, y de las agencias internacionales. La construcción de infraestructuras de telecomunicaciones, la creación de redes, la promoción del acceso de personas, empresas y administración tendrían consecuencias positivas en la sociedad, generaría crecimiento e incremento de la productividad, crearían nuevos empleos, etc.

En 1994, en la Conferencia de Buenos Aires de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, el vicepresidente estadounidense, Al Gore, introdujo el concepto de *infraestructura global de la información* en la agenda. Dicho concepto se consagró el año siguiente, en Europa, con ocasión de la Conferencia Ministerial del Grupo de los Siete sobre la sociedad de la información, en Bruselas. Así, el libro blanco *Crecimiento, Competitividad y Empleo*, de la Comisión Europea, de 1993; el Informe Bangemann, de 1994 y el Plan de Acción, de 1994, utilizaban el concepto de sociedad de la información como una nueva sociedad, en la que los servicios se por medio de tecnologías de la información y de la comunicación, presentes en toda actividad humana¹.

De esta forma, se materializa un concepto que antes únicamente estaba presente en textos académicos². En efecto, durante los setenta fueron los académicos (Daniel Bell³, Marc Porat⁴) quienes caracterizaron a la economía del futuro con el término de *información*, para dar cuenta de los cambios que iban a acontecer, cambios fundamentalmente en la esfera productiva —trabajadores de la información, mercancías con cantidades crecientes

1. Comisión Europea, *Crecimiento, Competitividad y Empleo*, Libro Blanco, Bruselas, 1993, sección 5.1.

2. Esta idea está muy bien desarrollada en el texto de S. O. Siochrú, «Will the Real WSIS Please Stand Up?», *Gazette*, vol. 66 (3-4), pp. 203-207.

3. D. Bell, *The Coming of the Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Penguin, Harmondsworth, 1973.

4. M. Porat, *The Information Economy*, Center for Interdisciplinary Research, Stanford, 1976. Masuda, que fue el redactor de un plan nacional sobre la Sociedad de la Información, a principios de los setenta. Este autor es interesante porque describe lo social, a partir de lo económico, y explícitamente compara la sociedad industrial y la Sociedad de la Información. Cf. Y. Masuda, «Parameters of the Post-Industrial Society», en T. Forester, *The Information Technology Revolution*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1985.

de información, etc.—. Con ello se quería destacar la importancia creciente de la información y del conocimiento, pero fundamentalmente en la esfera productiva. Y a la sociedad que le correspondía se la denominaba sociedad posindustrial.

En sus escritos, la tecnología no era un factor determinante, al menos no tanto como lo es en cualquier texto de políticas públicas, ni tampoco es una visión *mercado*centrista, en el sentido de la importancia que actualmente se le da en muchos de los textos oficiales⁵.

La sociedad de la información puede ser definida como «aquella sociedad que hace un extensivo uso de las redes y de tecnología de información, produce amplias cantidades de bienes y servicios de información y que tiene una industria de contenidos diversificada»⁶. Esta definición, como muchas otras alternativas, describe la parte económica y tecnológica, en la que lo humano está implícito —las personas consumen, producen bienes, contenidos informativos—, pero no explícitamente, y eso a pesar de que la información acompaña a un componente humano fundamental que es lo social. Describe por tanto lo que no está presente en el nombre.

En todos los ámbitos, la sociedad de la información aparece como algo sencillo y sin problemas. Al hablarse de información, parece que todo es, además de intrínsecamente humano, intangible, etéreo, limpio y ecológicamente respetuoso. Nada más lejos de la realidad: la fabricación de los ordenadores demanda grandes cantidades de energía y de materiales para los componentes. Hacen falta 23 toneladas de recursos naturales para la fabricación de un ordenador, así como una energía equivalente al consumo medio anual de electricidad de un hogar centro-europeo⁷. Añadamos la necesidad de reciclaje⁸, especialmente de las baterías de los ordenadores o teléfonos y

5. Según Albright, existen cinco tipos de teorías sobre la sociedad de la información (tecnológicas, económicas, ocupacionales, espaciales y culturales) y considera que las tecnológicas son las más comunes. Cf. K. S. Albright, «Global Measure of Development and the Information Society», *New Library World*, vol. 106, núm. 1214/1215, 2005, pp. 320-331.

6. Esta definición es de H. Jeskanen-Sundström. Citado en UNESCO, Institute for Statistics, *Measuring and Monitoring the Information and Knowledge Societies: a Statistical Challenge*, Montreal, 2003.

7. Cf. C. J. Hamelink, «Le développement humain», en UNESCO, *Rapport mondial sur la culture*, UNESCO, París, 2000, p. 22.

8. Ver «Much Toxic computer Waste Lands in Third World», *USA Today*, 25-2-2002. Disponible en <http://www.usatoday.com/tech/news/2002/02/25/computer-waste.htm>. En el artículo se describe cómo muchos ordenadores estropeados o fuera

los agentes contaminantes contenidos en los tóneres de las impresoras, etc., por lo que cabe pensar que la generalización de la sociedad de la información puede ser poco sostenible en el plano material de los recursos ambientales.

Los problemas surgen cuando se pasa de la teoría o de la prescripción a la esfera de las aplicaciones reales.

2. INFORMES SOBRE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. TECNO Y SOCIOUTOPIÁS

«En el mundo entero, las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones engendran actualmente una nueva revolución industrial, que es tan importante como la del siglo pasado. Esta revolución se fundamenta en la información [...] Como consecuencia de su efecto multiplicador, estimulará cada sector de la economía. A nada que las tarifas se fijen mediante las reglas del mercado, los servicios y las aplicaciones de la información irán multiplicándose [...] Dado que el mundo de la información no está limitado por las fronteras, y al ser el mercado totalmente abierto, la sociedad de la información tiene una dimensión, en esencia, mundial.»⁹

de servicio se envían a los países en desarrollo. Muchos de ellos van a China, en donde se reciclan los componentes. En la zona de Gniyu, de la provincia de Guandong, trabajan unas 100.000 personas en la extracción de los componentes de los ordenadores, que provienen sobre todo de Estados Unidos, en donde se considera que existen unos 500 millones de ordenadores obsoletos. El problema es que lo que no se puede reciclar se tira a los ríos, con el consiguiente deterioro. Recordemos que los aparatos electrónicos generan el 1 % de la basura, pero el 70 % de la contaminación. Cf. http://www.informinc.org/fact_CWPcomputer.php y <http://lowendmac.com/archive/02/0503.html>. Finalmente, debe señalarse que existen organizaciones militantes que promueven el reuso de ordenadores, una vez reparados y actualizados, como Reuse Development Organization (<http://www.redo.org>).

9. Informe Bangemann, *Europa y la Sociedad de la Información planetaria*, Informe presentado al Consejo de Europa, Bruselas, mayo de 1994. Fuente: *Rapport mondial sur la communication*, UNESCO, 1997, p. 56.

Esta selección de los párrafos de uno de los textos fundadores sobre la sociedad de la información en Europa describe a la perfección la visión administrativa y tecnocrática de los discursos de la mayoría de países desarrollados sobre el advenimiento de la sociedad de la información. De estos textos¹⁰ cabe subrayar:

- Se habla de una revolución informativa o comunicativa equivalente a las habidas anteriormente, cuya base son las redes, como Internet. Se la compara con la revolución industrial, con la invención de la electricidad y de la imprenta¹¹, etc.
- Es un mercado en expansión desigual. No obstante no se explicitan las diferencias, al menos en una primera etapa. El mercado de las TICs (equipos de telecomunicación, servicios, *hardware*, *software*, servicios audiovisuales y aparatos electrónicos de consumo) ha sido de 2,3 billones de euros en el 2005¹². De esta cifra, el 38 % corresponde a los servicios y el 23,2 % a *software* y servicios de computación. El 70 % de aquella cifra está concentrada en los países de la OCDE, o en otras palabras, el 12 % corresponde al conjunto de Latinoamérica, África y Europa del Este. El mercado de equipamiento de telecomunicaciones en Alemania es casi equivalente al de toda Europa del Este o de África. Estas relaciones son algo diferentes en el campo de los servicios, ya que el mercado de servicios de telefonía latinoamericana (81 millardos de euros) sería algo menor que el de Italia y Alemania conjuntamente.
- Los costes y tarifas son cada vez menores, como consecuencia del libre juego del mercado. Al insistirse en la iniciativa privada se proclama la necesidad de que sea el mercado quien gestione las tecnologías y por tanto su aplicación. A la inversa, puede decirse que lo público queda relegado a un segundo lugar. En algún caso, como el australiano y el canadiense, lo público continúa legitimando las políticas públicas. En efecto, en Australia se promueve el servicio universal (en materia de acceso a las infraestructuras) y del servicio público (en cuanto a contenidos).¹³

10. Como muestra ver la selección de párrafos correspondientes a textos sobre las autopistas de la información o sobre la sociedad de la información de diferentes países: Japón, Estados Unidos, Europa, Australia y Canadá. En UNESCO: *Rapport mondial sur la communication*, UNESCO, 1997, p. 56

11. T. Foster, op. citada, pp. 635 y ss.

12. *Digiworld* 2005, IDATE, en Idate News núm. 349, 21-3-2005, p. 2.

13. Ver el párrafo correspondiente al Informe australiano en *Informe mundial sobre la comunicación*, UNESCO-Acento-Fundación Santamaría, Madrid, 1998, p. 58.