

CAPÍTULO II

LAS FUNCIONES DE LA INFORMACIÓN

INFORMACIÓN Y SOCIEDAD	41
2.1. <i>Información y economía</i>	42
2.1.1. La publicidad	45
2.1.2. La concentración	47
2.1.3. El problema tecnológico	49
2.2. <i>Información y política</i>	51
2.2.1 Partidos políticos	54
2.2.2. La opinión pública	55
2.3. <i>Información, educación y cultura</i>	58
2.3.1. Información y educación	58
2.3.2. Información y cultura	61
2.4. <i>Información y sociedad; la visión global</i>	65

CAPÍTULO II

LAS FUNCIONES DE LA INFORMACIÓN

INFORMACIÓN Y SOCIEDAD

En el capítulo anterior se estudió el tratamiento que las corrientes de mayor importancia en el campo de la sociología contemporánea dan a información y comunicación. Se establecieron también los elementos mínimos de una teoría de la comunicación y la información, así como el alcance y contenido de estos términos.

Se explicó que información no es sinónimo de noticia, publicidad o propaganda, sino el contenido de toda comunicación. La información es un proceso social de gran complejidad e importancia; a través de él los sujetos sociales retoman y estructuran los datos proporcionados por el medio para orientar su acción.

Resulta así que el mundo que nos rodea, su evolución y desarrollo, no pueden sino estar llenos de relaciones, productos y elementos de comunicación e información. Pasaremos así a describir, desde una perspectiva sincrónica,⁶⁷ las funciones y relaciones de la información con los distintos niveles de la estructura social. Lo anterior permitirá ponderar el valor económico, político, educativo y cultural de comunicación e información.

El planteamiento anterior requiere necesariamente un enfoque interdisciplinario que permita comprender, aunque de modo esquemático, las funciones e importancia de la información, así como los problemas que plantea y planteará en el futuro. La empresa no es sencilla, pues nos obliga a introducirnos en campos en los que no somos especialistas, y donde además existe abundante bibliografía. La idea se reduce —reali-

⁶⁷ Este enfoque corresponde a la descripción de las funciones de la información con el conjunto de la sociedad en sus distintas instancias. El enfoque diacrónico implicaría revisar los aspectos históricos, es decir, el desarrollo en el tiempo de los procesos, estructuras y normas de la comunicación y la información. Esta cuestión, de enorme importancia —pues permite comprender al derecho a la información como un concepto his-

zando un esfuerzo siempre modesto— a ordenar las formas en que la información repercute sobre la estructura social con objeto de tener una visión global del problema; la estrecha interrelación de hechos y fuerzas —económicas, sociales y políticas— que hacen de la información una realidad de importancia estratégica que exige sea tratada por el derecho en forma amplia y completa.

2.1. INFORMACIÓN Y ECONOMÍA

Tanto en su estructura como en su contenido, la información representa una fuerza económica de enorme importancia. Al respecto la UNESCO afirma:

En realidad, diversas formas de comunicación y desarrollo han estado siempre ligadas, al menos implícitamente, al trabajo y a la producción, pero las correlaciones que se están multiplicando entre la economía y la comunicación se comprenden y perciben mejor hoy.⁶⁸

El método económico resulta cada vez más necesario para la comprensión y ubicación de los procesos de comunicación e información, así como las interrelaciones que guarda con el conjunto de la sociedad. El hecho de introducir leyes y categorías económicas en el estudio de la información permite comprender que su uso y función rebasan con mucho el ámbito de la superestructura jurídica-política-ideológica, y hunde sus raíces en la esfera de la producción, circulación, distribución y consumo.⁶⁹

Lo anterior nos permite ubicar, como un hecho histórico dentro del capitalismo, la conversión de la información en un fenómeno comercial, debido tanto a sus condiciones externas (amplitud de mercado, desarro-

tórico—, excede con mucho las posibilidades de un trabajo monográfico. Por esta razón decidimos dejar a un lado estos problemas y limitarnos a anotar que puede sostenerse que existe una línea de continuidad histórica entre las libertades de expresión, imprenta e información con el actual derecho a la información. En realidad, cada uno de estos conceptos corresponde a un momento histórico determinado y no pueden entenderse por sí mismos, sino en el contexto social en el que aparecen.

⁶⁸ Mac Bride et al., *Un solo mundo, voces múltiples; comunicación e información en nuestro tiempo. (Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de Comunicación)*, México, UNESCO/FCE, 1980, p. 54.

⁶⁹ Cfr. Víctor Bernal Sahagún, "Contribuciones de la economía al análisis de la comunicación masiva", *Problemas del Desarrollo*, México, vol. X, núm. 40, nov-ene, 1979-80. Este estudio presenta un panorama amplio y bien documentado sobre las relaciones entre comunicación y economía, por lo que recomendamos su lectura.

llo de los medios de producción, expansión de la "curiosidad pública", etcétera) como a las internas de la propia información, al ser ésta un medio determinante en la formación de la opinión pública.⁷⁰ Informar se convirtió, y ahora más que nunca, en una industria de elevado costo, pero de alta rentabilidad económica y política.

Dos son, fundamentalmente, los aspectos que en la información tienen importantes repercusiones en la vida económica. En primer término, al requerir la actividad informativa de gran cantidad de infraestructura (instalaciones, instrumentos, servicios, recursos humanos, etcétera), tiene un impacto directo en el PNB de los países, en lo relativo principalmente a los renglones de productividad y empleo. Sirva de ejemplo lo señalado por Edwin B. Parker, cuando afirma que desde 1972 las actividades de comunicación e información han creado en Estados Unidos más empleos que todas las demás ramas de la actividad económica reunidas en los sectores primario, secundario y terciario de ese país, a tal punto que se podría considerar que forma parte de un sector cuaternario.⁷¹

En México, según datos de la Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación (AMIC), el sector de la comunicación social en el conjunto de la actividad económica (empresas productoras para televisión, constructoras de aparatos, volumen de facturación en publicidad, número de empleos, etcétera) representó para 1975 el 1.62% del PIB, cifra que subió en 1978 al 1.66%. Para tener una idea de lo que esto significa, baste decir que en el mismo año de 1978 la industria química tuvo una participación en el PIB del 0.88% y la eléctrica del 1.04%, ambas consideradas como parte de los sectores más dinámicos de la economía.⁷²

El segundo aspecto es el referido a la capacidad de almacenar, transmitir y utilizar la información, elemento fundamental para la toma de decisiones económicas de los Estados, empresas y sistemas de planeación en general. Es tan importante, que se ha convertido, dada la complejidad de las relaciones actuales y la multitud de factores en juego, en un recurso indispensable llamado a desempeñar un papel semejante al de la

⁷⁰ Véase Manuel Vázquez Montalbán, *Informe sobre la información*, 3a. ed., Barcelona, Fontanella, 1975, pp. 51 y ss.; Jürgen Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública, la transformación estructural de la vida pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981, pp. 172 y ss.

⁷¹ Cit. por E. Novoa Monreal, *Derecho a la vida privada y libertad de información*, México, Siglo XXI, 1979, p. 40; véase también Karl Deutsch, *Política y gobierno*, México, FCE, 1976, pp. 557 y ss.

⁷² Cit. por Manuel Buendía, "Red Privada", *Excelsior*, 5-X-1981, pp. 1 y 17.

energía o al de las materias primas.⁷³ Baste como ejemplo señalar que, en buena medida, el desarrollo y utilización máxima de los recursos de las grandes empresas trasnacionales depende de sus recursos informativos que les permiten, desde un centro de decisiones, controlar a sus filiales distribuidas en todo el mundo. El manejo de información abarca todos los aspectos, desde el número y control de sus recursos humanos y técnicos, hasta la situación interna de los países en que operan, conocimiento que, en ocasiones, es mejor que el poseído por los gobiernos de éstos.

De tener servicios de información completos y eficientes depende, en buena medida, el poder planear y llevar a cabo políticas de desarrollo económico y tecnológico adecuadas. Los estudios que se han hecho al respecto dan idea de la importancia que esto tiene no sólo para el futuro, sino en el momento actual.⁷⁴

Por otro lado cabe señalar que la información, como recurso esencial, está repartida de modo desigual en el mundo. Algunos países son capaces de producir, almacenar y utilizar la información que requieren, mientras que otros apenas comienzan a crear sus redes, dependiendo para ello de la tecnología desarrollada en los países industrializados, la cual está, en buena medida, controlada por unas cuantas empresas.

La infraestructura del Tercer Mundo es en general deficiente. Escasea el personal competente en los niveles científico, técnico, profesional y de dirección, incluso, cuando existe, ha recibido a menudo su formación en el extranjero, en universidades europeas y estadounidenses. Nos enfrentamos al hecho de que el Tercer Mundo no dispone actualmente de medios para producir su propia información.⁷⁵

Es un hecho que la información resulta un elemento indispensable para la toma de decisiones y la formulación de políticas económicas acordes con las necesidades y aspiraciones de una sociedad. Sin ella no hay posibilidad de conocer y transformar, corregir y planear. De ella depende, junto con la voluntad política, el desarrollo de recursos y potencialidades para la creación de un orden de progreso y desarrollo más justo.

⁷³ Cfr. Mac Bride *et al.*, *op. cit. supra*, nota 68, p. 54.

⁷⁴ Véase Mario Waissbluth e Ignacio Gutiérrez, "La información como instrumento de desarrollo tecnológico", *Ciencia y Desarrollo*, núm. 40, año VII, México, septiembre-octubre, 1981.

⁷⁵ Marc Uri Porat, "Communication Policy in an information society", *Communications for Tomorrow*, New York, Praeger Publishers, 1978.

2.1.1. LA PUBLICIDAD

Un aspecto de gran importancia en la vida económica y social, derivado e inmerso en la información, es la publicidad. Ésta presenta diversos aspectos que anotamos en seguida.

La publicidad, en principio, puede considerarse como una importante forma de información que debería desempeñar un papel positivo, para coadyuvar al desarrollo de la industria y el comercio, e informar amplia y objetivamente acerca de los orígenes, componentes y uso de las mercancías que promueva. En suma, realizaría la función de racionalizar el consumo orientándolo de acuerdo con las necesidades sociales.

Pero esto no sucede en la realidad. Por el contrario, su función social se ve totalmente desvirtuada. En vez de orientar, fomenta el consumo irracional y superfluo; crea necesidades suntuarias e innecesarias, ajenas a los modelos culturales nacionales. Impone patrones de consumo contrarios, las más de las veces, a los intereses y necesidades sociales. Se llega al extremo de emplear técnicas subliminales y considerar a la persona humana como mercancía, simple objeto, y presentar situaciones difícilmente realizables, producto tan sólo de la imaginación de los publicistas. Lo único que importa es vender, aun a costa de los valores mínimos de respeto y dignidad al ser humano.⁷⁶

Los modernos sistemas publicitarios tienen por objeto eludir la conciencia crítica y actúan sobre niveles inconscientes. Dirigidos a los “deseos secretos” de los hombres prometen, mediante el consumo, la satisfacción de instintos y necesidades, así como protección frente a temores secretos. Al mismo tiempo, la publicidad comercial configura la imagen humana de las personas a las que se dirige. Forma estereotipos y “educa” a la persona para que llegue a creer que la solución de los problemas se da a través del consumo, y no por medio de la creatividad, la actividad y la iniciativa.⁷⁷

Un segundo aspecto es la virtual dependencia de los medios de información respecto de la publicidad. Es un hecho que ésta proporciona, total o parcialmente, los recursos económicos de la mayoría de las orga-

⁷⁶ Véase Wilson Bragan Key, *Seducción subliminal*, México, Diana, 1981; Vance Packard, *Las formas ocultas de la propaganda*, Buenos Aires, Sudamericana, 1974.

⁷⁷ Cfr. Siegfried Pausewang, “La opinión pública y los grandes medios de difusión”, *Introducción a la ciencia política*, Barcelona, Anagrama, 1971, p. 319; véase también Víctor Bernal Sahagún, *Anatomía de la publicidad en México*, 2a. ed., México, Nuestro Tiempo, 1977.

nizaciones encargadas de la comunicación (prensa, radio, televisión, etcétera), constituyéndose así en la base económica de los sistemas de comunicación. Se crea de esta manera una variable de dependencia de los medios ante el mercado, con las consecuentes implicaciones ideológicas que ello produce. Al efecto baste recordar el caso *Excelsior*, periódico de amplia circulación, y por lo tanto cliente de la mayoría de las grandes empresas en México, que para los años setentas adoptó una línea crítica hacia la sociedad. De ahí la campaña contra él que consistió, entre otras acciones, en la suspensión de anuncios de casi todas las empresas nacionales y extranjeras que duró del 26 de agosto al 9 de diciembre del mismo año.⁷⁸

Es básico señalar cómo los medios de comunicación masiva de propiedad privada tienen un carácter comercial y no social. Venden noticias y cultura, la información se transforma en mercancía que obedece a la ley de la oferta y la demanda; que es viable sólo si ofrece beneficios. La lógica del mercado pasa a ser una determinante fundamental en su forma de actuar.

La información pierde, al ser transmitida fundamentalmente por instrumentos de naturaleza comercial, su capacidad de reflejar de manera fiel la realidad histórica, política, social y cultural que da a los hechos su verdadero significado. Lo sensacional tiene prioridad sobre lo trascendente por ser más "comercial". Es clásico ya decir que "no es noticia que un perro muerda a un hombre, pero sí que un hombre muerda a un perro".⁷⁹ parece más importante la cobertura mundial de una boda que los miles de hombres que a diario mueren de hambre.

Es aquí donde se impone la pregunta de si es posible la doble función de los medios de comunicación de empresas comerciales y de servicio público. Sin duda para muchos la respuesta es afirmativa, sin embargo ¿qué sucede cuando el interés público entra en conflicto con el interés comercial?, ¿es posible que el capital, el lucro y la especulación cedan terreno con facilidad al servicio, la verdad y la conciencia?, ¿es posible dejar la solución de estos problemas sólo al grado de responsabilidad social de los propietarios de los medios?

Fenómeno paralelo al de la publicidad comercial es el de la publicidad oficial. Es un hecho que el gobierno tiene necesidad de informar a

⁷⁸ Véase Angela Delli de Sante Arrocha, "La intervención ideológica de la empresa transnacional: el caso México", *Revista Mexicana de Ciencia Política*, México, año 39, núm. 1, enero-marzo, 1977.

⁷⁹ Cfr. Novoa Monreal, *op. cit. supra*, nota 71, p. 162.

la sociedad sobre sus actos y propósitos. Las dependencias del gobierno gastan grandes sumas de dinero para insertar en los medios de difusión noticias, reseñas, artículos y campañas de gobierno. No debe perderse de vista que esta información tiene un carácter social; no sólo cubre una necesidad estatal, sino que se convierte en una obligación del gobierno mantener informada a la sociedad sobre su actividad.

El problema surge cuando esta publicidad —necesidad y obligación— queda al arbitrio del gobernante. Lo anterior cobra mayor importancia cuando, de hecho, las partidas que el gobierno gasta en publicidad sirven de sostén económico a multitud de órganos informativos. Es decir, existe de nuevo una dependencia de los medios respecto de la publicidad.

Existen puntos concretos que mediante una regulación adecuada podrían resolverse objetivamente, tales como la cantidad de recursos destinados a este fin, la forma de ejercerlos, los destinatarios de éstos, la forma de distribuirlos, etcétera. En México, la polémica quedó abierta desde que se retiró la publicidad oficial de las revistas *Proceso* y *Crítica Política* por la línea editorial que adoptaron.⁸⁰

2.1.2. LA CONCENTRACIÓN

La concentración consiste en la tendencia mundial, derivada en muchos casos del carácter mercantil de la información, a la expansión de las empresas informativas, paralela a una disminución del número de las mismas. El resultado es la reducción a un número limitado de empresas que controlan la actividad informativa, tanto en la producción como en la distribución. Este fenómeno puede tomar la forma, o bien ser consecuencia de la agrupación de empresas constituidas por entidades jurídicas diferentes, pero colocadas bajo un control común, de la expansión e integración vertical u horizontal de una sola empresa, o de los acuerdos de cooperación entre varias de aquéllas.⁸¹

La concentración afecta todos los sectores de la información (tecnológico, financiero, producción, distribución, control de medios, etcétera),

⁸⁰ Es muy significativo el discurso pronunciado por José López Portillo el día 7 de junio de 1982 en respuesta al de Francisco Martínez de la Vega. El texto de ambos puede consultarse en *El Día* de 8-junio-1982.

⁸¹ Cfr. Fernand Terrou, *La información*, Barcelona, Oikos-tau, 1979 (Colección ¿Qué sé?, núm. 10), pp. 52 y ss.; también es muy ilustrativa de esta situación la parte relativa a la concentración en el informe Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, pp. 172 a 199.

tanto a nivel nacional como internacional. Baste para dar ejemplos de ello que en Estados Unidos hay una creciente tendencia a la desaparición de periódicos de tiraje reducido frente al aumento de tiraje de los más importantes diarios que absorben a los primeros. Según Terrou para 1914 había 2 589 diarios con tiraje aproximado de 22 700 000 ejemplares, en 1967 había 1 710 con un tiraje de 60 000 000 de ejemplares.⁸² Estudios recientes demuestran un aumento en esta situación, sobre todo en las grandes ciudades norteamericanas en donde se sigue un esquema de dos grandes diarios, uno hegemónico y otro secundario, este último luchando por sobrevivir.⁸³

Aspecto reciente es la fusión de grandes conglomerados que cubren por sí mismos la mayoría de los sectores de producción informativa y cultural, haciendo de la comunicación un gran negocio, con importantes consecuencias en los procesos de transnacionalización.⁸⁴ En México tenemos un claro ejemplo en el grupo **TELEVISA**, el cual controla casi todas las estaciones de televisión en el territorio nacional; maneja directamente tres estaciones de radio de las de mayor importancia y cobertura; tienen una importante rama editorial, que maneja varios diarios, revistas, periódicos y libros; tiene fuertes intereses en la industria cinematográfica, amén de otras conexiones en la industria de productos derivados de la comunicación. El proyecto cultural de este grupo tiene graves implicaciones, no sólo económicas sino políticas y culturales, como se ha señalado con insistencia.⁸⁵

A nivel internacional, es bien sabido que son fundamentalmente cinco agencias noticias las que dominan el campo de la información.⁸⁶ Estas empresas monopólicas, con carácter mercantil todas ellas si exceptuamos a TASS, controlan de tal modo la información que pueden observar, valorar, seleccionar y transmitir las noticias, hechos y acontecimientos en función de los determinantes políticos y económicos de sus países centra-

⁸² Terrou, *op. cit. supra*, nota 81, p. 52.

⁸³ Cfr. José Ricardo Eliashev, "Diarios, muertes y resurrecciones", en *Unomásuno*, 14-IX-1981.

⁸⁴ El comunicólogo A. Mattelart ha realizado estudios importantes al respecto. Pueden verse *Agresión desde el espacio; cultura y napalm en la era de los satélites*, México, Siglo XXI, 1975; *La cultura como empresa transnacional*, 2a. ed., México, ERA, 1976.

⁸⁵ Véase Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de difusión en México*, México, Juan Pablos, 1982, en especial el capítulo II, "Gestación de la industria de radio y t.v."; las últimas consecuencias de este proyecto cultural en "Televisión cultural", *Proceso*, México, núm. 334, 28-III-1983.

⁸⁶ Véase Vázquez Montalbán, *op. cit. supra*, nota 70.

les o de sus propios intereses.⁸⁷ Como ejemplo Al Hester, en su libro *Las agencias noticiosas occidentales*, señala cómo las agencias internacionales presentan lo trágico y doloroso del Tercer Mundo; sólo desastres naturales, accidentes, revoluciones, hambre, pobreza, desorganización. Nada de sus valores, de su cultura, de sus aportes a la humanidad.⁸⁸

A este poder los países del Tercer Mundo tratan de contraponer un nuevo orden informativo que responda a las exigencias mínimas de justicia y equidad que demandan los pueblos sometidos al control de las potencias mundiales. A este intento se han opuesto sistemáticamente las potencias, especialmente Estados Unidos, con el argumento del libre flujo de información, situación que a la fecha sólo a ellos les ha favorecido.⁸⁹

En suma, el desarrollo de la concentración es uno de los principales retos que enfrenta la situación actual de la información.

...la industria de la comunicación está dominada por un grupo relativamente pequeño de empresas que engloban todos los aspectos de la producción y distribución, están situadas en los principales países desarrollados y cuyas actividades son transnacionales. La concentración y la transnacionalización son las consecuencias, quizás inevitables, de la interdependencia de las diferentes tecnologías y de los diversos medios de comunicación, del costo elevado de la labor de investigación y desarrollo, y de la aptitud de las firmas más poderosas cuando se trata de introducirse en cualquier mercado.⁹⁰

Es un imperativo la realización de esfuerzos para corregir el rumbo de estos hechos, que se muestra cada día más alarmante.

2.1.3. EL PROBLEMA TECNOLÓGICO

Antes de finalizar el aspecto económico, se hace necesario señalar un problema íntimamente ligado al desarrollo económico, pero que podría pasar a ser un capítulo aparte. Nos referimos a la tecnología.

⁸⁷ Cfr. Ricardo Eliashev, "El estilo de la Associated Press", *Unomásuno*, 10-XI-1981.

⁸⁸ Al Hester, *Las agencias noticiosas internacionales*, cit. por E. Novoa Monreal, *op. cit. supra*, nota 71, p. 162.

⁸⁹ Véase Alberto Ruiz Eldredge (comp.), *El desafío jurídico de la Comunicación Internacional*, México, ILET/Nueva Imagen, 1979; Mario Arrieta, *Obstáculos para un nuevo orden informativo internacional*, CEESTEM/Nueva Imagen, 1980; López Escobar, *Análisis del nuevo orden internacional de la comunicación*, Pamplona, EUNSA, 1978. Para el punto de vista norteamericano véase *The Media Crisis*, World Press Freedom Committee, Miami, Florida.

⁹⁰ Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, p. 197.

Si queremos hablar de tecnología debemos partir del hecho que los acelerados avances y descubrimientos de la época actual no sólo se inspiran en el afán creador del hombre, sino también, y en gran medida, son estimulados y exigidos por el desarrollo de las fuerzas productivas. La tecnología se ha convertido en un capital de enorme importancia.

El mundo ha sufrido diversas revoluciones tecnológicas relacionadas con la información, que provocaron la transformación y reorganización de la economía y la sociedad. La primera de ellas fue la invención de la escritura; la segunda, muchos siglos después, fue la imprenta y su desarrollo técnico posterior. La tercera, que duró apenas un siglo, fue la creación de los modernos medios de comunicación (radio, televisión, teléfono, etcétera).

En la actualidad; y todavía sin recuperarnos de la anterior, estamos sufriendo una nueva revolución tecnológica.⁹¹ Las nuevas mini y macrocomputadoras, la informática, los bancos de datos, las unidades de tratamiento y almacenamiento (diez mil veces más pequeñas al paso que su velocidad, medida por el número de instrucciones o cálculos por segundo, se ha multiplicado por 50 mil) y, finalmente, la telemática⁹² están transformando, sin duda, al mundo.

Hasta hace muy poco la informática era muy cara, hoy día ya no lo es. Además, la posibilidad de conectar diversos computadores, y con ello "redes informáticas", hace pensar que en el futuro inmediato presenciaremos el advenimiento de la informática de masas. Los alcances de ésta afectarán, para bien o para mal, a todos los sectores de la sociedad.⁹³

Los autores del informe *La informatización de la sociedad* señalan:

La revolución informática... no es la única innovación técnica de estos últimos años, pero sí constituye el factor común que permite y

⁹¹ Para tener una idea sobre la cantidad e importancia de los adelantos tecnológicos véase Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, pp. 120-124.

⁹² La telemática consiste en la combinación de informática y telecomunicación, dos tecnologías que no hace mucho eran independientes. Respecto de ella, se afirma que a diferencia de la electricidad no transmite una corriente inerte, sino información, es decir poder. No constituirá una red más, sino una red que hará interactuar imágenes, sonidos y memoria que transformará nuestros modelos culturales. Cfr. Nora Simon y Alain Minc, *La informatización de la sociedad*, México, FCE, 1981.

⁹³ Al respecto es fundamental el polémico informe *La información de la sociedad*, elaborado en Francia en 1977 a petición del entonces presidente Valéry Giscard d'Estaing. En el marco de la sociedad francesa estudia los conflictos, opciones, aspectos organizativos, comerciales y, de modo global, sociales de la revolución informática. Hay traducción al español del FCE de 1981; puede verse también Zbigniew Brezezinsky, *La era tecnocrática*, Buenos Aires, Paidós, 1973.

acelera todas las demás. Sobre todo, en la medida que altere el tratamiento y la conservación de la información, modificará el sistema nervioso de las organizaciones y de la sociedad entera.⁹⁴

Variables tan importantes como la productividad, el nivel de empleo, la organización de la producción, la rentabilidad de las inversiones, la organización política, las relaciones de poder y la cultura nacional, se verán sensiblemente afectadas en todas las naciones del mundo.⁹⁵ Sobre todo si consideramos que estas tecnologías favorecen a unos pocos por estar concentradas en unas cuantas empresas (fundamental la IBM), lo cual hace depender al resto de la humanidad de sus intereses, que no siempre corresponden a los de un desarrollo justo y equilibrado.

Resulta entonces que si las posibilidades de acceso a la tecnología y su capacidad de innovación no están al alcance de todos es imposible lograr la utilidad máxima de estos recursos tendentes a lograr la igualdad y justicia, y se deja que se conviertan en instrumentos de dominación. El reto es presente y la toma de conciencia la medida de la acción.

2.2. INFORMACIÓN Y POLÍTICA

Información y política establecen importantes interacciones que afectan a la totalidad del sistema social; para comprenderlas es necesario hacer una reflexión sobre política, poder, Estado e información.

La política es una dimensión básica del hombre. Éste, caracterizado desde Aristóteles como *zoon politikon*, ha desarrollado las distintas formas de organización política, siempre ligadas a los modos de funcionamiento de la vida social.⁹⁶

Es por ello que el desarrollo de teoría e instituciones políticas muestran cómo la sociedad, conforme alcanza mayor complejidad, ha sido cada vez más incapaz para desplegar por sí misma su actividad directa en razón del interés general; se crea así una instancia específica a cargo de personas específicas que desarrollan las funciones comunes y necesarias para la organización y reproducción de la vida social. Al respecto Marcos Kaplan sostiene:

⁹⁴ Nora Simon y Alain Minc, *op. cit. supra*, nota 92, p. 17.

⁹⁵ *Idem*, pp. 15 y ss.; Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, pp. 142-146 y 168-172.

⁹⁶ Cfr. Umberto Cerroni, *Introducción al pensamiento político*, 12a. ed., México, Siglo XXI, 1981, pp. 16 y ss.

Las cuestiones que hacen a la existencia, reproducción, funcionamiento y gestión de la sociedad, son atribuidas a categorías particulares de individuos competentes y a instituciones especiales, que en conjunto asumen las funciones políticas y configuran la instancia política.⁹⁷

En el mundo moderno el Estado es el actor principal de la instancia política. Alcanza un alto grado de complejidad y juega un papel dual y ambiguo. Lo anterior significa que si por una parte es expresión, en última instancia, de un sistema social determinado e instrumento de las clases dominantes, por otra, y de manera inversa, rara vez o nunca puede existir una identificación entre el Estado y una clase. Todo Estado responde siempre, en menor o mayor grado, a las necesidades e intereses generales de la sociedad al pretender, y a veces actuar, como sujeto del orden, la justicia y el bien común.⁹⁸ En otras palabras, el Estado se presenta como la instancia donde se articulan los conflictos generados en el conjunto social.

La concepción de sociedad que está detrás de las ideas anteriores, es que ésta no es un orden armónico. Por el contrario, significa una realidad plural y conflictiva, portadora de varias versiones de sí misma, según sea el interlocutor social (individuo, clase o grupo). La sociedad está siempre abierta a varios futuros posibles, según sea la correlación de fuerzas y hechos presentes en un momento determinado de la historia.⁹⁹

Este punto de vista permite subrayar la importancia de la instancia política, pues ahí se sitúa el poder de opción y decisión.¹⁰⁰ Todo lo anterior sirve de referencia para tratar enseguida las distintas interacciones entre información y política.

Debe señalarse, en primer lugar, que el marco en el que evolucionan la comunicación y la información, está determinado en buena medida por las luchas políticas y sociales que configuran la organización política de una sociedad.¹⁰¹ Por ejemplo, la organización y funcionamiento de los sistemas de comunicación en una sociedad que pretenda la democracia,

⁹⁷ Marcos Kaplan, *Estado y sociedad*, México, UNAM, 1980, p. 143.

⁹⁸ *Idem*, pp. 160 y ss.

⁹⁹ Para la situación actual de México puede verse Rolando Cordera y Carlos Tello, *México, la disputa por la nación; perspectivas y opciones del desarrollo*, 2a. ed., México, Siglo XXI, 1981; Pablo González Casanova, "México, el desarrollo más probable", *México, hoy*, 3a. ed., México, Siglo XXI, 1979.

¹⁰⁰ Cfr. Marcos Kaplan, "Estado y sociedad; el problema de la autonomía relativa", *Estado, derecho y sociedad*, México, UNAM, 1981, pp. 28 y ss.

¹⁰¹ Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, p. 49.

deriva de una decisión política que deberá traducir los valores del sistema, permitiendo la participación plural de los grupos en el sistema de comunicación. En un sistema totalitario, el control de los medios en su forma y contenido es parte también de una decisión política que somete a la sociedad.

Existen así diversos modos de entender las funciones y el carácter de la información, de acuerdo con la ideología y el proyecto político que prevalece en una sociedad.¹⁰² No sobra añadir que, por lo general, éste es impuesto por el grupo dominante que tiene el control del poder y cuyo ejercicio responde a sus intereses.

Un segundo punto a tratar es la comprensión de la información como factor indispensable en el ejercicio del poder. Sin ella no hay posibilidad de tomar, ejercer e imponer las acciones políticas en cualquier ámbito en el que se piense. Sólo quien tiene acceso a la información y la capacidad de difundirla puede tener control efectivo sobre personas, grupos y comunidades. Información es poder y, en consecuencia, el Estado no puede funcionar sin ella.¹⁰³

Lo anterior exige un pronunciamiento axiológico sobre el uso de la información como elemento del poder. Creemos que ésta debe ser orientada hacia la formación de la conciencia crítica y política de la comunidad. Debe presentar los problemas y prioridades nacionales, sociales e internacionales, para dar difusión y aun apoyo a las decisiones y acciones estatales. Sobre todo en una sociedad que pretenda la democracia, debe buscar la mayor participación posible en el mayor número de acciones; esto es, lograr que la población participe en el proceso democrático de modo que, mediante la confrontación y el debate público —mediatizado en forma muy importante por los medios de comunicación masiva—, se llegue al consenso participativo sobre las decisiones posibles y las acciones que se planteen.¹⁰⁴

Al mismo tiempo, y por ser la sociedad una realidad plural y conflictiva, debe existir la posibilidad de que los grupos minoritarios tengan acceso a los medios y fuentes de la información. Se contribuye así a la

¹⁰² Para confrontar diversas formas de entender la información véase "Medios de información. Un punto de vista soviético y uno norteamericano", *El Correo de la UNESCO*, año XXX, abril, 1977, pp. 24-31.

¹⁰³ Véase Deutsch, *op. cit. supra*, nota 71, pp. 174 y ss.; Herbert Bruckner, *Communication is Power*, N. York, Oxford, University Press, 1973.

¹⁰⁴ Cfr. Lloyd Sommerland, *Los sistemas nacionales de comunicación; cuestiones de políticas y opciones*, UNESCO, 1975, p. 9. (Serie Estudios y Documentos de Comunicación Social, 74.)

pluralidad, cuya función es el ejercicio de la crítica y el planteamiento de alternativas. Se busca así el equilibrio entre la parte legítima que corresponde al poder en el uso y acceso de la información y la que se ofrece a las distintas tendencias, fuerzas y grupos activos dentro de la comunidad.¹⁰⁵

De lo expuesto puede deducirse la necesidad de que el Estado, como uno de los grandes informadores actuales, cuente con una política de comunicación que le permita articularse con la sociedad civil.¹⁰⁶ Esta política debe referirse no sólo a la actividad específica del Estado, sino comprender todos los canales de acceso y difusión de la información. Aun en los países en los que los sistemas de información están en poder de los particulares, el Estado tiene que imponer cierta reglamentación para lograr un consenso mínimo sin el cual corre el peligro de desintegrarse,¹⁰⁷ máxime si consideramos los procesos de transnacionalización que ocurren en la actualidad.

2.2.1. PARTIDOS POLÍTICOS

Si bien el Estado aparece como actor principal de la instancia política, los partidos políticos son otra pieza clave sin los cuales no se pueden entender los sistemas políticos modernos. Como centros de acción, discusión y formación política, los partidos deben tener políticas de comunicación a través de propaganda, publicaciones, foros abiertos y la utilización de los medios de comunicación masiva.

Las funciones de la propaganda política son básicas para la vida social. Utilizada correctamente es un instrumento en la discusión pública sobre realidad y proyecto político de las distintas opciones, y puede ser un elemento importante tanto en la argumentación y crítica racional, como al posibilitar la participación consciente del ciudadano en la vida pública.

La información política enfrenta, sin embargo, graves problemas. Paralela a la publicidad comercial apareció la publicidad política, utilizada

¹⁰⁵ Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, pp. 50 y ss.

¹⁰⁶ Para México véase Gustavo Esteva "La política nacional de comunicación social en México", *Aportes de comunicación social*, México, Coordinación Social de la Presidencia de la República, 1981, núm. 1, pp. 93-113. También es muy importante el recientemente dado a la publicidad "Plan de comunicación social" el 25 de marzo de 1983. Puede consultarse en cualquier periódico del día 26 de marzo de 1983.

¹⁰⁷ Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, pp. 48 y ss.

sobre todo en países industrializados; ésta sirve para “vender” partidos y políticos a electores, siguiendo un modelo según el cual la democracia funcionaría como la libre competencia, en analogía a la lucha económica para conseguir compradores. Se logra, a través del subconsciente, una integración que mueve a las personas hacia una identificación emocional con las instituciones políticas; se les convierte en consumidores de decisiones y caudillos políticos prefabricados.¹⁰⁸ Las nefastas consecuencias de las posiciones señaladas son obvias. Se elimina la crítica y se recurre a la manipulación. Es, a nuestro pesar, una realidad que debe enfrentarse.¹⁰⁹

Finalmente, debe recordarse que una de las principales acciones de la Reforma Política en México fue el acceso de los partidos políticos a los medios de información. En efecto, los artículos 41 de la Constitución; 48, fracciones I y II, y 49, secciones A, B y C, de la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, señalan con claridad las funciones, derechos y obligaciones de los partidos en relación con el acceso y utilización de estos recursos informativos. Este hecho, de por sí altamente significativo, no ha alcanzado su objetivo. A las diferencias en contenido de muchos de los programas y publicaciones se ha sumado la actitud prepotente de los consorcios, especialmente de televisión.¹¹⁰ Sería deseable que estos hechos se modificaran hacia acciones más positivas y de acuerdo con lo establecido en la ley.

2.2.2. LA OPINIÓN PÚBLICA

Resta analizar la relación entre información y opinión pública. Pocos conceptos tan poco precisos, pero a la vez tan necesarios, como el de opinión pública. No existe una definición unánimemente aceptada de “público” y “opinión pública”. Los investigadores han situado estos conceptos como categorías históricas ligadas al ascenso de la burguesía, el capitalismo y el Estado liberal.¹¹¹ La aparición de los medios de comunicación

¹⁰⁸ Cfr. Pausewang, *op. cit. supra*, nota 77.

¹⁰⁹ Sobre los efectos psicológicos de la propaganda electoral, véase Erich Fromm, *El miedo a la libertad*, Buenos Aires, Paidós, 1977, pp. 154 y ss.

¹¹⁰ Véase Eduardo Montes, “Televisa o la LOPPE”, en *Unomásuno*, 16-IV-1982.

¹¹¹ Para la comprensión de estos fenómenos como categorías históricas es básico el libro de Jürgen Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública; la transformación estructural de la vida pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 1982.

masiva y la transformación de las relaciones de fuerza, han modificado los conceptos de público y opinión pública, de tal modo que hay muchas definiciones de éstos que obedecen a las diferencias ideológicas y sociales existentes en un mundo plural y complejo.¹¹²

Contando con las dificultades expuestas, podríamos hablar de la opinión pública no sólo como la suma de opiniones sobre una cuestión de interés público,¹¹³ sino como "un proceso continuo de comparación, y de contraste de opiniones basados en una amplia gama de conocimientos y experiencias".¹¹⁴ A lo anterior debe añadirse que incluso en una misma comunidad política, la opinión pública no es una suma homogénea de individuos e ideas; existe una gran variedad basada en diferencias económicas, religiosas, sociales, etcétera. La ignorancia de este aspecto hace exagerar en ocasiones la influencia que ejercen los medios de comunicación sobre la sociedad.¹¹⁵

La importancia de la opinión pública reside en su innegable papel como conformadora de la voluntad política. Su aspecto más notorio aparece en las elecciones periódicas en las democracias europeas.¹¹⁶ Pero su papel apenas se manifiesta aquí. Al respecto el profesor Zipellius opina:

El proceso de formación de la opinión posee una importante función integradora, por el hecho de que determinadas representaciones se convierten en tema de discusión común. Las valoraciones y concepciones de fines predominantes, así como también los esquemas de interpretación, con cuyo auxilio buscamos comprender el mundo, sirven como orientaciones para la conducta. Algunas de estas concepciones se condensan en la manifestación de una opinión pública predominante de la comunidad e influyen sobre acción de los órganos del Estado sobre todo en las democracias sensibles a la opinión pública.¹¹⁷

¹¹² Cfr. Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, p. 337. Para las distintas concepciones de opinión pública véase Zippelius, *Teoría del Estado*, México, UNAM, en prensa parágrafo 28 I y II (traducción de Héctor Fix Fierro). Véase también Juan Beneyto, *La opinión pública*, 4a. ed., Buenos Aires, Paidós, 1973.

¹¹³ Cfr. *Enciclopedia Internacional de Ciencias Sociales*, Madrid, Aguilar, 1975, vol. VII, p. 459.

¹¹⁴ Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, p. 337.

¹¹⁵ *Idem*, p. 338.

¹¹⁶ Muy significativa resulta la importancia de las encuestas electorales, las cuales han sido ya objeto de regulación jurídica. Por ejemplo, en 1977 en Francia se promulgó una ley que prohíbe la publicación de encuestas ocho días antes, y en España 48 horas antes de la elección. Cfr. Rafael Díaz Arias, "Aproximaciones al régimen jurídico de la propaganda electoral", *Persona y Derecho*, Navarra, vol. I, 1978, p. 227; Rafael López Pinter, "Opinión pública y encuestas de opinión en España", *Revista de Derecho Político*, Madrid, núm. 14, verano, 1982.

¹¹⁷ Zippelius, *op. cit. supra*, nota 112, parágrafo 28, III, núm. 1.

Además, las funciones legitimadoras y de control que tiene la opinión pública¹¹⁸ nos dan una idea de su importancia y la necesidad de hallar indicios de ella, tanto en su formación como en su acción.

Existen de hecho numerosos estudios empíricos sobre opinión pública. Estos se han enfocado principalmente hacia dos aspectos: ¿hasta qué punto influye la opinión pública en la conducta de los políticos?,¹¹⁹ y por otro lado, ¿cuáles son los esfuerzos del gobierno por influir en la opinión pública, a través de propaganda, censura y una serie de técnicas de manipulación de la información?

En la actualidad, los medios de comunicación masiva son la fuente principal de información y por lo tanto de articulación de la opinión pública. Lo anterior representa un problema serio. La pregunta fundamental es si los medios reproducen o dirigen la opinión pública. Lo cierto es que son procesos interrelacionados. De hecho, la selección y presentación de la información tiene un papel en la formación de aquélla, máxime si consideramos que el individuo adquiere una parte importante de su conocimiento del mundo a través de estas instituciones.¹²⁰ Por otro lado, por paradójico que parezca, la opinión produce información. Esto porque el informador no obra al margen de la misma. Aún más, en las crisis colectivas, cuando la opinión está fuera de control, pocos informadores conservan la calma y la capacidad de análisis.¹²¹

He aquí un panorama sucinto del significado e importancia de la política y su articulación con la información. Los problemas y retos están presentes y se requiere del estudio para la comprensión del fenómeno en su complejidad, sobre todo porque en la actualidad los sistemas de comunicación han pasado a ser terreno exclusivo de los grupos dominantes, tanto en el plano nacional como en el internacional.

Al respecto cabe añadir:

En todos los casos, la información responde a una necesidad política oficialmente reconocida. Este reconocimiento será tanto más explíci-

¹¹⁸ *Idem*, par. 28, III, núms. 2 y 3.

¹¹⁹ Respecto de este punto debe destacarse que si bien no es posible cuantificarla es innegable que la opinión influye en la conducta del gobernante. De hecho es muy difícil gobernar sin el consentimiento de la opinión. Cfr. Zippelius, *op. cit. supra*, nota 112, par. 28, III, núm. 1.

¹²⁰ *Idem*, par. 28, IV.

¹²¹ Cfr. Joseph Folliet, *La información hoy y el derecho a la información*, Madrid, Sal Terrae, 1972, p. 117. Un ejemplo claro de lo dicho es la campaña que se dio en 1976 contra el gobierno de Luis Echeverría. Véase Carlos Monsiváis, "La ofensiva ideológica de la derecha", *México hoy*, 3a. ed., México, Siglo XXI, 1979, pp. 306-329.

to y reclamará exigencias tanto más imperiosas cuanto (más) aguante la sociedad política de la que se trate.¹²²

Hay que insistir, sin información no hay libertad, ni comunidad, ni democracia; se cancelan las opciones, la crítica y la facultad de decidir; se está a merced del juego del poder y la dominación. Sin información el individuo pierde la capacidad de ejercer sus derechos fundamentales. Esto mismo hace a la información instrumento efectivo del poder y la manipulación.

2.3. INFORMACIÓN, EDUCACIÓN Y CULTURA

En este apartado se pretende señalar la estrecha interrelación que la comunicación y la información tienen con la educación y la cultura. En principio debe señalarse que es difícil establecer un límite preciso entre comunicación, información, cultura y educación. Todos son procesos sociales que se determinan unos a otros, y en donde las innovaciones tecnológicas han tenido especial impacto.

2.3.1. INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN

La educación, considerada como un proceso dirigido hacia la socialización y formación de los individuos para que, desarrollando sus habilidades, adquieran el conocimiento del mundo y el dominio del comportamiento para incorporarse a él, implica necesariamente la información. Ésta tiene, por tanto, una función y un valor educativo, sobre todo si consideramos que la tarea educativa, encomendada tradicionalmente a la familia y a la escuela, es hoy compartida con las instituciones encargadas de la comunicación y la información. Inclusive, como señala la UNESCO, para una gran cantidad de hombres, mujeres y niños, la única escuela son los medios de comunicación masiva, aunque sólo puedan obtener de ellos los elementos de menor significado y contenido.¹²³

Esta dimensión educativa de la información no puede perderse de vista por su importancia y las implicaciones que tiene al definir una política

¹²² Folliet, *op. cit. supra*, nota 121, p. 50.

¹²³ Cfr. Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, p. 56.

de comunicación. El contenido del mensaje informativo, cualquiera que éste sea, deberá corresponder al proyecto de la sociedad. De lo contrario, se desvirtuarán los esfuerzos por alcanzar los niveles elementales de formación que se planteen de acuerdo con las necesidades sociales. Como ejemplo, en México, la concepción de educación está claramente definida en el artículo 3º constitucional que, producto de intensas luchas, propone:

La educación que imparta el Estado tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la patria y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y la justicia;¹²⁴

añadiendo más adelante que:

Será democracia... nacional... y contribuirá a la mejor convivencia humana... junto con el aprecio por la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad y la integridad de la familia...¹²⁵

Los conceptos anteriores deberían ser apoyados coherentemente a través de los mensajes informativos que a diario se transmiten por las distintas instituciones encargadas de la comunicación, entre las que destacan los medios de comunicación masiva, mismos que han creado un nuevo ambiente de alto contenido educativo. Esto presenta, a la vez que enormes posibilidades, graves contradicciones ya presentes.

En primer lugar debe señalarse que los valores de la escuela tradicional —orden, estudio, concentración— entran a veces en conflicto con los de la comunicación moderna —actualidad, sorpresa, inmediatez—, por lo que se abre entre ambos una brecha por el distinto tratamiento que reciben los contenidos significativos. Si a esto se añade que en los mensajes transmitidos por los medios predomina lo comercial, el problema se agudiza.

Un segundo aspecto lo es que el conocimiento acumulado y difundido por los medios de comunicación semeja muchas veces un mosaico, con cierta tendencia al caos y en donde la prioridad es asignada a la difusión de informaciones efímeras, superficiales y sensacionalistas que aumentan

¹²⁴ Artículo 3º de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*.

¹²⁵ *Idem*, apartados a, b y c.

el ruido en perjuicio del mensaje real; además, el carácter impuesto de dicha información da al usuario la sensación de impotencia, de falta de control sobre el mundo informático en el que no tiene participación.¹²⁶

Los aspectos negativos contrastan con las posibilidades de utilización constructiva de los medios de comunicación masiva. Éstos pueden utilizarse para complementar los sistemas de enseñanza escolar e inclusive asumir una parte importante de la función docente. De hecho, en muchos países las estaciones de radio y televisión preparan y difunden programas de carácter educativo; inclusive se han creado canales especiales para la transmisión exclusiva de este tipo de programas.

De lo anterior debemos concluir que se necesita buscar el uso adecuado y equilibrado para que los medios de comunicación contribuyan de un modo efectivo al proceso educativo. En todos los casos los contenidos que se difundan deberán responder a las necesidades sociales, adecuarse a la realidad, contribuir al mejoramiento de los individuos, ser congruentes con el proyecto educativo nacional y ser tratados como cuestiones de interés social.

Los hechos contrastan con lo que se dijo antes. Muchos de los contenidos transmitidos por los medios de comunicación resultan no sólo anti-educativos, sino también antisociales y disolventes: la deformación del lenguaje, el elogio a la violencia, la manipulación de la realidad y la lejanía con los problemas nacionales son cuestión cotidiana.¹²⁷

En el plano práctico, dada la omnipresencia de la comunicación en la sociedad y su potencial educativo, ésta no puede dejar de utilizarse. Sin embargo, debe plantearse para el sistema educativo una nueva responsabilidad de especial importancia: la de enseñar a utilizar de modo adecuado la comunicación de tal manera que el individuo pueda reaccionar en forma más crítica ante el mundo de la información y aprenda a seleccionar, en función de exigencias cualitativas y culturales, sus programas, lecturas, etcétera. Es decir, fomentar una educación más crítica que

¹²⁶ Cfr. Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, p. 58.

¹²⁷ En México existe una preocupante situación en el manejo y contenido de los medios de comunicación. Existen tres estaciones culturales de televisión por 105 comerciales; 602 estaciones comerciales de radio en A.M. por 20 culturales en la misma frecuencia. La situación en F.M. es de 126 contra ocho. En cuanto al contenido, un estudio de la S.P.P. sobre la programación en T.V. en una semana de marzo de 1980 dio por resultado que más de la mitad de la programación de cinco estaciones tuvo un contenido de entretenimiento (trivial, añadiríamos nosotros). Fuente, *Política y sistemas nacionales de comunicación*, México, Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, 1981, pp. 35 y 37. (Series Aportes de Comunicación Social, núm. 2.)

libere al individuo de la fascinación tecnológica y le enseñe la forma de utilizar consciente y responsablemente los productos de la información.¹²⁸

Las relaciones entre información y educación no se agotan en los puntos de contacto con los medios masivos de comunicación. El archivo, la biblioteca pública, el banco de datos, el museo, etcétera, son recursos informativos fundamentales para el desarrollo educativo de un país, no sólo para los grados elementales de la educación formal, sino también dentro de la educación superior y la investigación.¹²⁹ Estos dos sectores indispensables para la independencia tecnológica y científica, requieren de una gran cantidad de información disponible para que cualquiera que la solicite pueda desempeñar su actividad. Es pues indispensable que estos aspectos, cuyos antecedentes históricos son importantes, sean contemplados en una visión global de la información.

2.3.2. INFORMACIÓN Y CULTURA

El término cultura ha recibido diversas acepciones. Para los propósitos de este trabajo cualquiera de ellas es válida y suficiente para poner de manifiesto la profunda vinculación que existe entre información, comunicación y cultura.

En efecto, cualquier contenido que le reconozcamos al término cultura, será un bien de la comunicación. Pensemos, por ejemplo, en las creaciones arquitectónicas, escultóricas o pictóricas de cualquier época o pueblo; pensemos en el lenguaje y sus diferentes expresiones literarias. Todo esto constituye, sin lugar a dudas, expresiones comunicativas del hombre.

De este modo, si por cultura entendemos en forma amplia las realizaciones del ser humano creador,¹³⁰ resulta obvio que los sistemas, instrumentos, medios e instituciones de la comunicación y la información, son parte integrante del sistema cultural de la sociedad.

Simultáneamente, el contexto cultural es condición de la comunicación, porque, siendo el contenido básico de éste, el conjunto de experien-

¹²⁸ Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, p. 62.

¹²⁹ Cfr. Sommerland, *op. cit. supra*, nota 104, p. 7.

¹³⁰ Como hemos señalado la concepción de cultura cambia, y es un término muy difícil de precisar. Ahora tomamos el concepto de la UNESCO sin pretender que sea el único válido. Cfr. Mac Bride, *op. cit. supra*, nota 68, p. 64. Para una visión sociológica de la cultura véase Marcos Kaplan, *op. cit. supra*, nota 97, pp. 95 a 116.

cias comunes que se dan en el desarrollo de la vida cotidiana del grupo en su contacto directo con el mundo, surgen formas comunes de percibir y entender los fenómenos y construcciones que llevan implícito el lenguaje cultural. De este modo podemos afirmar que la experiencia cultural implica comunicación.¹³¹

Con todo, debemos señalar que cada pueblo tiene su propia cultura, misma que tiene sus contenidos concretos, peculiares y propios, resultado del quehacer común de esa comunidad. Cada cultura cuenta así con sus propios medios de comunicación e información, que aporta al caudal de la cultura humana.

Ahora bien, y aceptando la idea de que los bienes culturales son bienes de la comunicación, debemos reflexionar sobre los efectos que han tenido los modernos medios de comunicación e información sobre la cultura particular de cada pueblo, y el propio patrimonio cultural de toda la humanidad.

Tenemos así que, aunque las formas tradicionales de expresión cultural en forma interpersonal se siguen dando, existe una nueva forma cultural, denominada por los expertos "cultura de masas", que es necesario analizar, pues implica graves contradicciones.¹³²

La cultura de masas es la aplicación en la esfera cultural de los cambios introducidos por las innovaciones tecnológicas y el desarrollo industrial, dando por resultado la producción, distribución y difusión de una gran cantidad de mensajes, productos y estímulos informativos a través de todos los medios (periódicos, discos, revistas, radio, etcétera).

Este concepto, aunque equívoco, pues no siempre se le entiende de este modo, señala hacia la realidad de un mundo informático impuesto al individuo y que, determinado por los intereses comerciales y publicitarios, tiene un carácter uniformador, supranacional y monopólico. Lo primero porque busca establecer en todas partes una misma escala de valores, de visión, de prejuicios, actitudes, conductas y opiniones similares. La aldea planetaria que anuncia Mc Luhan.¹³³

¹³¹ Severo Iglesias, *Crítica de la comunicación social*, México, Tiempo y Obra, 1981, p. 54.

¹³² Véase Román Guber, *Comunicación y cultura de masas*, Barcelona, Península, 1977.

¹³³ Véase Marshall Mac Luhan, *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, México, Diana, 1969; *La cultura es nuestro negocio*, México, Diana, 1974. Una lectura crítica de su obra en Sidney Finkelstein, *Pros y contras de Mc. Luhan*, México, Grijalvo, 1973. (Col. 70, núm. 132.)

Supranacional en tanto que pretende que sus héroes, semidioses, símbolos e imágenes tengan una presencia y una validez universal, procurando además un gran número de distracciones triviales y estereotipadas que embotan la imaginación y anulan el espíritu crítico, creando en las mentes, sobre todo de los niños, un mundo fantástico que no corresponde al de la realidad.¹³⁴

Monopólico porque, siendo la industria de la comunicación un gran negocio, presenta una alta tendencia a la concentración.¹³⁵ Esto tiene gravísimas consecuencias, significa dejar en unas cuantas manos la decisión de determinar qué es o no cultura, así como las formas y modos en que ésta se distribuya en el mundo. Este fenómeno tiene además un fuerte impacto en la transnacionalización y en la penetración cultural.¹³⁶

Este fenómeno, sobre el que llaman la atención los especialistas en la comunicación¹³⁷ y al que han llamado *dominación cultural*, reviste hoy día grandes proporciones. Es fundamentalmente una forma de dependencia respecto de modelos importados que reflejan modos de vida y valores extranjeros, amenazan la identidad cultural de muchos países y aun formas de cultura heredadas de tiempos ancestrales, las que no pueden competir con el bombardeo extranjerizante que controla los medios de comunicación masiva y que enfrentan con desventaja las distintas formas de cultura popular.

Frente a todo lo anterior, deben plantearse formas alternativas para la utilización de los medios que pueden rescatar, a través de una política de comunicación, los valores culturales tradicionales, así como fomentar formas de creación nuevas que dignifiquen al ser humano y que faciliten que éste desarrolle sus facultades con miras a una mejor convivencia social.

Aspecto en íntima relación con lo anterior es el referente a la utilización del tiempo libre. Señalado como una de las características de la sociedad contemporánea, y con cierta tendencia a aumentar, se ha seña-

¹³⁴ Un ejemplo de esta situación en el estudio de Ariel Dorfman y A. Mattelart, *Para leer al pato Donald*, 19a. ed., México, Siglo XXI, 1979. Por otro lado, y como forma de utilizar crítica y constructivamente la televisión, el folleto *La televisión y los niños*, México, Consejo Nacional de Población, 64 pp.

¹³⁵ Véase el punto 2.1.2 de este mismo capítulo. Véanse también los artículos de A. Mattelart, "Transnacionales y mercadería cultural", *Unomásuno*.

¹³⁶ Véase el folleto *Television traffic a one way street?*, París, UNESCO, 1974. (Serie Estudios y Documentos de Comunicación Social, núm. 70.) Hay traducción al español.

¹³⁷ Véanse en especial los trabajos de A. Mattelart, *op. cit. supra*, nota 84.

lado por los especialistas que este tiempo debe tener una dinámica y una acción liberadora que fomente el desarrollo cultural basada en un uso racional del ocio. En la realidad, una gran parte del tiempo libre es acaparado por los grandes medios de comunicación.

Esto por sí mismo no es grave. Comienza a serlo cuando se considera que dentro del régimen de libre empresa se busca dar al público lo que "éste desea" para atraer al mayor número posible de lectores, oyentes o espectadores. Esto da por resultado que el "gusto del público" está dado en realidad por el "gusto del medio", impuesto por las concepciones que sobre diversión y entretenimiento tienen los que controlan los medios de comunicación. Lo que era cultura de masas se equipara, erróneamente, con la cultura popular, que tiene otro contenido y significado.

En resumen, siendo la cultura el resultado de la actividad humana en sociedad, está presente en todas las manifestaciones y creaciones del ser humano; en la sociedad moderna la cultura está íntimamente ligada a los grandes medios de comunicación.

Debe reconocerse en principio que no toda la información producida por la cultura de masas es negativa. Hay elementos de gran riqueza que es necesario reorientar de modo que prive una concepción cultural que pueda conjugar las formas y valores tradicionales con las características que presenta la cultura contemporánea. En todo caso, se trata de legar a las generaciones futuras lo mejor de nuestras creaciones. La misma comunicación recreativa no tiene que ser necesariamente trivial, puede satisfacer, al mismo tiempo, necesidades informativas, educativas, culturales y sociales.¹³⁸

Además, en la creciente internacionalización del mundo debe lograrse un equilibrio entre las distintas formas de interrelación cultural e informativa basada en formas de intercambio proporcionado y respetuoso. No se trata de enconchase, sino de concebir un futuro cultural más rico y plural que represente la diversidad del mundo en que vivimos. En el mismo plano nacional, rescatar y preservar a las minorías nacionales se presenta como un reto inaplazable.

En todo lo anterior la información y la comunicación tienen un importante papel que jugar. Los Estados nacionales deben rescatar y pre-

¹³⁸ Véase, por ejemplo, la concepción que priva en Nicaragua sobre una utilización creativa de la televisión, en los artículos de Carlos Ulanovsky, "Otras T.V.: Nicaragua", en *Unomásuno*, 28 y 29 de octubre de 1981; Fernando Curiel, "La cultura nica", en *Sábado*, suplemento cultural de *Unomásuno*, octubre a diciembre de 1982.

servar sus espacios culturales abriéndolos a la diversidad de formas y valores. No se debe permitir que éstos sean acaparados por los intereses comerciales de unos pocos. Lo anterior se logrará sólo en la medida que se apliquen medidas de política cultural y de comunicación, que a su vez estén debidamente contenidas en textos jurídicos que garanticen su eficacia y verdaderamente respondan a los intereses de una sociedad cada vez más plural.

2.4. INFORMACIÓN Y SOCIEDAD; LA VISIÓN GLOBAL

En los apartados anteriores se presentó una visión general de las relaciones que se dan entre información y aspectos económicos, políticos, educativos y culturales. Para lograr un enfoque completo del problema, es necesario integrar estas dimensiones particulares en el conjunto de la sociedad, a fin de comprender la dinámica que establecen información y sociedad.

Conviene en este caso recordar la importancia que tiene la información para el hombre en sociedad; sin ella, éste se convierte en un ser aislado, desvinculado de la realidad y sin capacidad de actuar conscientemente sobre ella para transformarla; lejos de ser un lujo, es un elemento imprescindible en el desarrollo de la persona humana. La información, biológica y social, conforma al hombre y hace de él un sujeto que puede orientar su acción.

En esta potencialidad creadora de la información radica, paradójicamente, su problema, ya que cuando escapa al control del ser humano y la sociedad que la genera, se convierte con facilidad en un instrumento de control y manipulación de quienes tienen la capacidad de recibirla, almacenarla y difundirla.

El desarrollo tecnológico de los últimos años no ha venido sino a acentuar este doble carácter de la información, que pone de manifiesto la necesidad de utilizarla racional y productivamente en beneficio del ser humano y la comunidad.

Además, debemos anotar que, debido al desarrollo científico, tecnológico y de la misma sociedad, las estructuras informativas se han transformado de un modo profundo y definitivo. La información en el mundo contemporáneo tiene características propias que es necesario señalar. En

seguida, y siguiendo básicamente a J. Folliet, enumeramos algunos de sus rasgos distintivos.¹³⁹

a) La rapidez, casi al límite de lo instantáneo, en la transmisión, difusión y recuperación de los datos. En este punto no hay que pensar sólo en noticias,¹⁴⁰ sino sobre todo en la capacidad de manejo y recuperación de las computadoras modernas.

b) Universalidad, tanto en su obtención como en su difusión. Esta característica debe entenderse tanto en el aspecto material como en el contenido de la información; por ejemplo, las agencias noticiosas cubren casi totalmente la superficie del planeta y abarcan todas las materias, si bien la búsqueda y selección de datos responde en muchas ocasiones a criterios políticos e ideológicos.

c) Continuidad, referida al flujo informativo que llega al público en corriente continua las 24 horas del día y por todos los medios.

d) Abundancia, contenida en el "chorro" de información que se precipita sin ninguna discriminación sobre el individuo.

e) Confusión, por la frecuente mezcla de noticias, comentarios, opiniones, etcétera, sin diferenciar las distintas formas que puede tener la información.

A primera vista el panorama anterior podría hacer pensar que el hombre de hoy es el mejor informado de la historia. Nunca antes se había contado con tantos recursos informativos, tanto en calidad como en cantidad. Sin embargo, un análisis más profundo obliga a señalar los problemas y tendencias que presenta la información, y que significan un complejo panorama.

En primer lugar, el carácter comercial de la información. Ésta se ha convertido en una mercancía costosa supeditada a las leyes de la oferta y la demanda, y que tiene como consecuencia el predominio del valor económico sobre la verdad y la objetividad. Los medios de información se disputan a los consumidores. Por otro lado, el alto costo de la tecnología informativa la hace poco accesible a los países con menores recursos económicos, así como a los grandes sectores de la población. A su vez, el Estado hace "pagar" su precio a través del control que obtiene de la sociedad.

¹³⁹ Folliet, *op. cit. supra*, nota 121, pp. 55-57.

¹⁴⁰ Baste pensar que en el atentado a Ronald Reagan en 1981 fueron suficientes dos minutos para que la noticia se difundiera mundialmente. En muchas ocasiones las noticias se conocen con mayor rapidez de un continente a otro que de pueblo a pueblo, separados sólo unos kilómetros, pero con vías de comunicación deficientes.

Un segundo punto es la tendencia a la concentración. Los datos, cifras y estadísticas no hacen sino ratificar este hecho incontrovertible, favorecido fundamentalmente por la rentabilidad de la inversión tanto económica como política, el control tecnológico que mantienen ciertos países y empresas, el alto costo de la investigación y el control del mercado.

El pequeño número de empresas que controlan la industria de la comunicación y la información están situadas en los países altamente industrializados y tienen un carácter transnacional, cuyas implicaciones no han sido valoradas en toda su amplitud, si bien numerosos estudios señalan las graves consecuencias que trae la influencia que estos grandes consorcios ejercen sobre los países menos desarrollados, que no pueden crear sus propias redes de comunicación adecuadas a sus necesidades. Este hecho no es casual y tiene su explicación en que el control de la información favorece y apoya, en forma por demás eficaz, la subsistencia de un sistema social determinado.

Un tercer punto es el reparto desigual de la información tanto en su producción como en su distribución. Los grandes países industrializados, por sí mismos o a través de sus agencias transnacionales, controlan, generan y distribuyen de acuerdo a sus intereses la mayor parte de la información en el mundo, sean noticias, tecnología, conocimientos, etcétera; es decir, se propicia y justifica el "libre flujo de la información" cuando sólo unos cuantos son capaces de efectuarlo. Esto provoca que la información sea un instrumento de control económico, político y cultural; ésta se ve deformada, ocultada o minimizada dependiendo de los intereses de quienes la detentan y distribuyen.

Un cuarto punto es la utilización de la información como instrumento de poder. No son pocos los países que ejercen un control político sobre la información, de tal modo que se genera y distribuye sólo lo que de acuerdo con cierta visión del mundo es "correcto y verdadero"; en realidad, esto sólo justifica a ciertos grupos que detentan el poder en su propio beneficio.

En suma, las posibilidades informativas del mundo de hoy ofrecen grandes perspectivas y el hombre podría contar con una información rápida, completa y plural de acuerdo con sus necesidades, aunque existen múltiples factores que hacen de esto una quimera. En la realidad sucede todo lo contrario, nos encontramos sumergidos en un mar de información que impide, en muchas ocasiones y para muchos millones de hom-

bres, la reacción crítica y selectiva frente al flujo indiscriminado de información.

En el presente, la información no muestra uno de los mejores panoramas. Pero es aquí donde debe retomarse una perspectiva amplia para no caer en simplificaciones. La denuncia de los problemas de la información no es sino un medio de destacar las contradicciones de las sociedades contemporáneas. En efecto, la falta de incentivo cultural, la ignorancia, la explotación económica, el analfabetismo, la penetración cultural, junto con el dominio de los medios y técnicas de la información, son arma de gran eficacia para mantener un estado de cosas que sólo favorece a unos pocos.¹⁴¹

De hecho, cuando las corrientes informativas no son horizontales y se imponen de arriba hacia abajo, la información sólo tiende a favorecer ideas y modelos establecidos a expensas del pensamiento crítico y constructivo. Cuando la información sólo tiene un sentido no existe comunicación, y se imponen las ideas de los grupos dominantes. De este modo el ser humano no encuentra en las posibilidades informativas un medio de desarrollo, ni el reflejo de sus preocupaciones y aspiraciones esenciales.

La comunicación y la información no son, pues, fenómenos aislados. Si bien estos procesos son la base de la sociabilidad humana, se constituyen como variables dentro de la sociedad y siempre deben de considerarse en el contexto amplio en el que se dan. Paralelo a esto debe enfatizarse que ni en su estructura, ni en su contenido, la información es "neutral". Por el contrario, y sobre todo en la actualidad, la forma en que está estructurada, las técnicas que emplea, la selección de sus contenidos, etcétera, están determinados fundamentalmente por la dinámica social, y dentro de ésta, por decisiones políticas y visiones del mundo.

Por tanto, la utilización de la información no puede quedar al arbitrio del poder y al libre juego de las fuerzas económicas. Justo aquí es donde entronca el derecho; hablar de un derecho de la información no es invención teórica o producto de la casualidad, responde a la necesidad de normar esa serie de actividades que, ligadas con la información, tienen un impacto directo en la vida social.

¹⁴¹ Cfr. Vázquez Altares, prólogo al "Informe sobre la información", *op. cit. supra*, nota 76, pp. 26 y ss.