

## UN NUEVO MUNDO FELIZ

# La España audiovisual

Vivimos ciertamente tiempos de confusión sobre la comunicación y la cultura, incluso en medio de la crisis económica o más allá de ella. Tiempos en los que se hace necesario recordar conclusiones irrefutables que la investigación científica había revalidado desde hace años. Las utopías y mitos conservadores sobre las tecnologías de información y comunicación (TIC) reverdecen a pesar de su permanente desmentido por la historia. Y el pensamiento progresista y crítico evidencia en este terreno, como en tantos otros campos, todas sus debilidades. En España, aparente isla de gobierno de izquierdas en medio de la Europa mayoritariamente conservadora, se dan cita todas esas contradicciones.

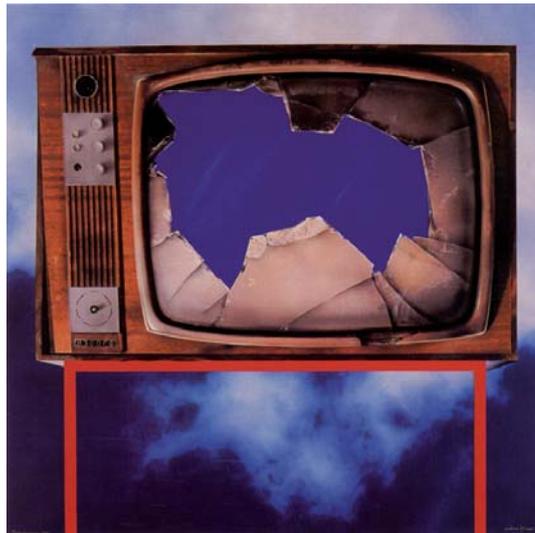
Por ENRIQUE BUSTAMANTE \*

Nuestro país constituye efectivamente un laboratorio natural del reverdecimiento de las utopías más reaccionarias —promesas de felicidad por la ecuación TIC+mercado—, ancladas en las nuevas redes y en su supuesto y automático efecto sobre la cultura y la comunicación social. Agotadas momentáneamente tras la crisis económica de las punto com (¿prefacio de la crisis de la economía virtual?) de principios de siglo, la aparición de la denominada Web 2.0 ha sido suficiente como para que nuevos gurús internacionales, con múltiples plagios y pequeños aprendices de brujo locales, se lancen de nuevo al campo de las profecías o, mejor aún, al de las especulaciones convertidas en supuestas realidades.

En portales y weblogs, amplificadas cuando no patrocinadas por los medios de comunicación tradicionales, el discurso dominante es de nuevo el mundo de las maravillas de la comunicación activa, interactiva, libre y plural, de los consumidores permutados en emisores y hasta en creadores, del del natural fin de

los monopolios y el reinado de las Pymes, en suma el de la diversidad y la felicidad plenas. Como en los principios de Internet, cada nueva experiencia minoritaria es proyectada a escala universal, y cada cambio tecnológico es considerado el fin de la comunicación autoritaria, unidireccional, pasiva. Aunque tal discurso case mal con la predominancia de blogs conservadores o de extrema derecha (que se proclaman “independientes”), y peor aún con su ideología hegemónica del todo mercado en la búsqueda ferviente de “modelos de negocio” (nada de servicio público, ni de tercer sector sin afán de lucro, ni de simples intercambios amistosos o sociales si no son rentables).

Más todavía, la hegemonía de ese discurso acrítico está penetrando desde hace un tiempo en las aulas universitarias, de forma que junto a pensadores de larga trayectoria investigadora empírica, se cuelean las citas a Negroponte o Bill Gates o similares, o a sus pobres epígonos locales posteriores, olvidando que las ciencias sociales están llamadas a analizar la realidad más allá de la fe y de las ideologías; y sobre todo que, en esa vocación, tienen poco que ver con la profecía y menos aún con la brujería. Como pobre consolación, no parecemos



ANTONI MIRO Telebasura, 2001

una excepción, ya que por ejemplo la “teoría” de la larga cola (*long tail*) de Chris Anderson (Wire) o una promesa de la diversidad cultural natural por Internet, ha hecho estragos en los estudios europeos sin que nadie todavía haya logrado una mínima base empírica de demostración.

Se quiere hacer olvidar así, en primer lugar, que estamos en una sociedad en la que sólo una minoría social tiene acceso a los servicios digitales más avanzados, pero también una realidad en la que los grandes medios siguen jugando un papel determinante en la cultura y en la democracia, y en la que el poder y los beneficios continúan acumulándose en manos de esos gigantes transnacionales y locales, con cada vez menos resistencia y contrapesos del poder político.

Las cifras sin embargo son contundentes. Y en el caso español, pese a las alharacas por el acceso reciente de la mayoría simple de la sociedad a Internet, se sabe por las únicas encuestas fiables (AIMC-EGM), que sólo el 26,9 % de la población es usuaria diaria de Internet (febrero de 2008), que apenas el 18 por ciento de los hogares tiene conexión de banda ancha (sin la cual, los servicios

avanzados resultan imposibles), mayoritariamente por el PC (con minorías por móviles, PDA y videoconsolas), que el acceso es desigualitario en términos de género (57 % de hombres), y más aún generacionales y sobre todo sociales (48-40 % de las clases alta y media alta, 17,4 % de la clase media baja). También se debería investigar en profundidad un uso dominante que acumula las visitas

## BATALLAS DE LA COMUNICACIÓN

Con estas reflexiones se puede entender que los grandes grupos, pese a su discurso reiterado sobre la “nueva” comunicación, estén ahora ejerciendo potentes lobbies para afrontar las mayores batallas de su historia sobre la conformación y la estructura de los medios clásicos, en particular de la televisión, aprovechando tanto los nuevos desarrollos digitales como la incapacidad de los gobiernos para entender y afrontar los retos presentados.

El primer escenario de la batalla sigue siendo, como desde hace veinte años, el del servicio público, en el que parece eternizarse la “maldición mediterránea”: a una RAI deformada y ma-

sobre los medios de comunicación de masas tradicionales, aparte de buscadores transnacionales, con preferencia en España sobre medios deportivos y generalistas. Y cuestionar en consecuencia una lógica política que presume el acceso universal y la capacidad cultural de uso crítico por el simple paso de las generaciones (tiempo+mercado).

De forma, que el poder real (político y económico) está donde estaba: en los grandes medios de comunicación masivos y en particular en la televisión, cuya penetración se mantenía en España en 2008 en el 88,7 % de la audiencia diaria, con un visionado medio por individuo que ha subido en medio de la crisis hasta los 244 minutos (más de 4 horas) y, sobre todo, con una captación de ingresos publicitarios que ascendía en 2008, pese a las primeras repercusiones de la crisis, al 44,5 % de la inversión en medios convencionales (3 181 millones de euros) frente a los magros 160,3 de Internet (Infoadex, 2009). No se trata de atrincherarse en el pasado. Por supuesto, que “the times are changing”, que la televisión es y será cada vez más segmentada por su oferta multiplicada y fragmentada en sus audiencias (por gustos, capital cultural y económico, estilos de vida), que es crecientemente una televisión multicanal, multiplataforma y multiservicios, en la que cada franja de usuarios elegirá sus contenidos, su lugar y su tiempo para el consumo. Pero los grandes grupos multimedia, dueños de las mayores reservas de contenidos, conservan su centralidad en ese universo, y luchan por mantener y acrecentar su poder en los nuevos escenarios.

nipulada por el Gobierno Berlusconi, se corresponde a France Télévisions en la que Sarkozy experimenta sus inventos creativos de privación de ingresos publicitarios sin asegurar su sostenibilidad financiera futura, pero en medio de regalos notables a los grupos comerciales amigos. En España esta innovadora ingeniería ha suscitado entusiasmos diversos, sobre todo entre las cadenas privadas que, mientras aplauden la retirada de la publicidad rechazan la subvención estatal a la televisión pública, sin ocultar así su afán depredador y su ambición de que la mejor televisión pública es la muerta. De esta forma, en medio de la crisis, la UTECA (unión patronal de televisiones

\* Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad Complutense

Por JULIÁN MARCELO \*

La cultura, definida como el “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época y grupo social” (1) —los nuestros en este texto— es creación y comunicación, dos aspectos históricamente disímétricos, pues la creación (como tratamiento del conocimiento) suele competir y afectar relativamente a muchas menos personas que la comunicación (o tratamiento de la información en la que se banaliza dicho conocimiento).

La industria de la cultura incide básicamente sobre su comunicación, que “se ha convertido en uno de los sectores más voluminosos en la esfera de la producción y del consumo capitalista, por detrás sólo de las armas, del narcotráfico y del tráfico de mujeres. Sin embargo... la importancia del sector cultural no es sólo una cuestión de rentabilidad de las inversiones sino sobre todo del papel que desempeña en la configuración de la conciencia de la población... El control de los medios de producción de cultura, de Internet, del cine, de la televisión, etc. es también el objetivo de quienes necesitan implantar el discurso único... en nombre de la libertad de expresión, de su libertad de expresión” (2).

Esta inquietante visión no es nueva. En todas las épocas y lugares, tanto las tecnologías como los poderes dominantes han influido drásticamente en la cultura en su doble aspecto creativo y comunicacional. La creación cultural, superadas aparentemente las censuras a su libertad, mantiene pese a todo una relación retardataria con las nuevas tecnologías. En la frontera entre lo creativo y lo comunicacional crecen las trabas ligadas a conceptos de propiedad intelectual y de derechos de copia, en el marco de un mercado cultural omnipotente y cada vez más ampliado (3). Las nuevas tecnologías de tratamiento y comunicación de información están industrializando sólo el aspecto comunicacional de la

cultura, con formas que a veces pueden verse como paradójicamente autónomas respecto a las intenciones de los grupos dominantes del poder.

Para el sociólogo Manuel Castells “las sociedades están organizadas en torno a procesos humanos estructurados por relaciones de producción, experiencia y poder determinadas históricamente... La humanidad como productor colectivo incluye tanto el trabajo como a los organizadores de la producción... La relación entre trabajo y materia en el proceso de trabajo supone el uso de los medios de producción para actuar sobre la materia basándose en la energía, la información y el conocimiento... Una revolución tecnológica, centrada en torno a las tecnologías de la información, está modificando la base material de la sociedad a un ritmo acelerado... En el nuevo modo de producción informacional, la fuente de productividad estriba en la tecnología de generación del conocimiento, el procesamiento de la información y la comunicación de símbolos. Sin duda, el conocimiento y la información son decisivos en todos los modos de desarrollo, ya que el proceso de producción siempre se basa sobre cierto grado de conocimiento y en el procesamiento de la información. Sin embargo, lo que es específico del modo de desarrollo informacional es la acción del conocimiento sobre sí mismo como principal fuente de productividad... Existe una conexión especialmente estrecha entre cultura y fuerzas productivas. De ello se deduce que debemos esperar el surgimiento histórico de nuevas formas de interacción, control y cambio sociales” (4).

Podría preguntarse también (Castells lo elude) si estas nuevas fuerzas productivas son asimilables por las relaciones de producción capitalistas y si a la larga las refuerzan o las subvierten, más allá de las intenciones de los protagonistas. Ya hace tiempo que el economista Robert Heilbroner buscó analogías de las transformaciones actuales con las anteriores: “Si evocamos lo que le pasó al sistema feudal, vemos que pese a la aparente inexpugnabilidad de sus instituciones en el siglo XVII, tuvo tales transformaciones que nada subsistía en el siglo XVIII... De hecho, el capitalismo sustituyó al proceso feudal a través de un proceso subversivo de evolución histórica (como fue) la infiltración gradual de las relaciones comerciales y de los cambios pecuniarios en la brecha de

la existencia feudal... ¿Podría haber en nuestros días un equivalente a esta fuerza poderosamente desintegradora y finalmente constructiva, una fuerza suficientemente aplastante para reducir a la impotencia la fortaleza del capitalismo e irresistiblemente atractiva para sus amos como el comercio naciente lo fue para los feudales?... Esta fuerza revolucionaria es la explosión del conocimiento y de sus aplicaciones tecnológicas y los tiempos modernos” (5).

Castells había definido la “información en sentido amplio como comunicación del conocimiento.” V. Cerf también considera que la información “es en sí un recurso renovable infinitamente que puede recolectarse, moldearse, aplicarse y reciclarse. Los productos y servicios que pueden construirse sobre la infraestructura de ordenadores y comunicaciones no tienen en realidad límites lógicos” (6). Ambos recuerdan así la conocida relación científica entre información (en su doble sentido informático o mediático) y entropía negativa o “negentropía”: “La información es una variable inmaterial dual, que se denomina conocimiento cuando es variable de estado acumulada en un sistema, y comunicación bajo su faceta de variable de proceso (o de intercambio) entre Sistemas. La información se cuantifica por la interactividad entre sus dos manifestaciones (comunicación y conocimiento)... El aumento de información es condición de reordenamiento de todo sistema, desde el económico mundial hasta el más modesto sistema productivo. Es el antídoto de la crisis (uno de los nombres económicos de la entropía)... como elemento imprescindible para la explotación económica de los recursos, renovables o no, aparece un tercer recurso inmaterial, el conocimiento que indica qué, cómo y para quién producirlos... Pero este nuevo tipo de recurso compartible (multiplicable y no consumible) puede ganarlo el receptor sin que lo pierda el emisor. La información no es por sí misma un bien escaso y apropiable, con lo que escapa a la categoría tradicional de mercancía” (7).

No caben aquí los aspectos políticos ni los económicos, tecnológicos y empresariales de la “Sociedad de la Información”. Pero baste apuntar que toda la ingeniería financiera desarrollada en el último decenio no ha evitado fracasos a costa de trabajadores despedidos, pequeños accionistas engañados y usuarios desconcertados. El sistema parece

\* Doctor y profesor de Ingeniería Informática; Director de Agora, revista de la edita Oficina Intergubernamental para la Informática de la ONU.

# Cultura y

comerciales) ha arreciado en sus críticas al servicio público, arrojándose incluso el carácter de juez de las misiones de su competidor. Ariez destacado de esta campaña, el director de Telecinco y aventajado alumno de la escuela milanese de Berlusconi, Paolo Vasile, ha prologado sus artículos y declaraciones contra toda regulación de la televisión privada (en periodo de abierta caída de su cadena) y especialmente contra la financiación de RTVE a la que considera "una anti-guerra y un anacronismo", un "arma contra la libertad de empresa", denunciando siempre a la obligación de invertir en cine europeo como "un impuesto revolucionario". También, en sus infames editoriales escritas y audiovisuales Pedro J. Ramírez ha convertido el ataque contra la televisión pública en un *slogan* permanente, pese al minúsculo negocio de su grupo en el campo audiovisual.

Tales proclamaciones no tendrían más que un valor anecdótico en España si no fuera por las debilidades permanentes del Gobierno socialista en el tema televisivo. Ciertamente, se puede ensalzar la valentía de su reforma de RTVE, cuya nueva ley de creación de la Corporación homologa por vez primera al servicio público español con el modelo europeo occidental, aunque mediará un expediente de regulación de empleo tan salvaje como incomprensible. Y desde entonces se han dado pasos importantes en ese camino, como la aprobación del acuerdo marco del servicio público a nueve años, la del reglamento del derecho de acceso de los grupos sociales (mandatado por el artículo 20 de la Constitución) y del estatuto de los informativos, por más que estos últimos parezcan clandestinos ante la falta de sensibilidad de la actual dirección, incapaz de ver siquiera el valor de imagen de marca, de "la auténtica televisión de todos", de estos avances. Complementariamente, el Ministerio de Hacienda escatima ahora las subvenciones, negándolas para la propia autolimitación publicitaria que debe sostener las misiones públicas de RTVE. La contrarreforma no se da sin embargo en el servicio público, sino en el entorno que lo rodea y condiciona. De esta forma, la regeneración democrática no se extendió en la pasada legislatura ni a la televisión pública autonómica ni a los canales privados, considerados los más salvajemente desregulados de Europa occidental y con diversos expedientes de Bruselas por su descontrol

sistemático (saturación publicitaria, fórmulas prohibidas...). Y el *lobby* privado consiguió incluso paralizar la creación de un Consejo Audiovisual de España, que figuraba como pieza clave en la reforma del servicio público y como entidad indispensable en la observación y control de la televisión privada, además de constituir una anomalía y llamativa laguna española en todo el conjunto de los países desarrollados.

Entre tanto, el Gobierno de Zapatero mostraba una hiperactiva presencia en la regulación televisiva: autorizó dos nuevos canales (4, la Sexta) alegando el ne-

## UNA TELEVISIÓN DIGITAL INCONTROLABLE

Los resultados de esa apresurada transición digital han sido llamativos: según los datos oficiales, la cobertura (técnica) de la TDT alcanza al 92,38% de los hogares, pero sólo el 48,5% está conectado (Informe 26, Impulsa Marzo 2009). Las paradójicas cifras siguen diciendo que se han vendido 16,34 millones de sintonizadores a la TDT pero hay 26 millones de televisores en España; que un 65,6% de los edificios colectivos están antenizados pero falta el resto, y que, sobre todo, la TDT consigue apenas un 26% de *share* (porcentaje sobre audiencias efectivas que ven la televisión cada día). En otras palabras, el apagón analógico oficial, que deberían muchas capitales de provincias adelantarse a mediados de 2009, está en serio peligro, y las causas nunca confesadas son el descontrol de las condiciones de concesión privadas, el incumplimiento generalizado sobre la programación "de estreno, original y novedosa", en definitiva la falta de atractivo de los contenidos y servicios interactivos (casi inexistentes) de la TDT que está lastRANDO su desarrollo.

Ahora, en medio de la crisis económica y de sus repercusiones sobre la publicidad, el Gobierno socialista vuelve a dar muestras de su espíritu creativo. Así, en el Consejo de Ministros del 20 de Febrero pasado aprobó un Real decreto liberalizando las restricciones a la concentración que protegían el pluralismo: las concesiones privadas podrán aliarse o comerse entre sí con tal de que cada operador no supere el 27% de la audiencia o dos múltiplex digitales (ocho programas), y de que no queden en el mercado menos de tres operadores. Una reivindicación de algunos operadores pri-

cesario incremento del pluralismo, revitalizó una difunta transición digital adelantada al 3 de Abril de 2010, y consiguió la "paz digital" repartiendo 20 canales durante ese *interin* entre los canales públicos y privados (con disminución del peso relativo de RTVE del 50 al 25% de las frecuencias), y prometiendo 40 programas tras el apagón analógico (un salomónico múltiplex con cuatro programas a cada operador privado, dos para RTVE). Nadie ha estudiado nunca cómo podrían financiarse ni sobrevivir esos operadores abiertos en el actual entorno publicitario.

vados que primero exigieron más programas digitales para criticar después el exceso de oferta. Y todo ello en vísperas de su nuevo proyecto de ley audiovisual, sin debate parlamentario ni explicaciones sobre esta insólita filosofía socialista según la cual reduciendo las voces se promueve el pluralismo. Para mejorar la situación se ha filtrado que en el borrador de ley se permite que los concesionarios privados puedan vender o alquilar las frecuencias a los cinco años de su concesión. Es decir, el paso de dos a seis operadores privados favorecería tanto la libertad de información como su camino inverso, pero además y en el futuro se anuncia el descontrol permanente.

El reinado de las utopías reaccionarias sobre las nuevas redes encaja perfectamente con esta extravío del pensamiento progresista sobre la comunicación social y la cultura. Ambos se alimentan mutuamente en su empeño por derivar toda hegemonía hacia el polo privado y mercantil. Aunque esté en juego el futuro mismo de nuestras democracias.

El escenario mexicano de duopolio de Televisa y TV Azteca sobre la vida política y comercial del país comienza así a parecer menos exótico y lejano para el futuro de la Europa occidental y mediterránea. A título de curiosidad, cabe resaltar que, cuando finalmente los partidos políticos mexicanos se pusieron recientemente de acuerdo para regular espacios electorales gratuitos y prohibir la publicidad política pagada, que daba pingües beneficios y un enorme poder a las dos cadenas privadas, ambas de común acuerdo se han rebeldado incluyendo los espacios políticos en medio de los partidos de fútbol y las

telenovelas de mayor audiencia con la sana intención de provocar la sublevación de los espectadores. Naturalmente, el Gobierno y el comité electoral mexicano (IFE) han descartado toda sanción y hasta les han dado las gracias (ver [www.etcetera.com.mx](http://www.etcetera.com.mx))

La digitalización, avanzada por la televisión por satélite y cable para canales y programas de pago, resulta coherente con la existencia de un mercado ya potente en muchos países, que exigía una diversificación de paquetes y tarifas a costes de red controlables. Sin embargo, estas tecnologías adaptadas a ese modelo de negocio se han revelado claramente discriminatorias socialmente, con exclusión de grandes porcentajes, muchas veces mayoritarios, de la población. Además han tendido a sumar una estructura monopolista por red y mercado a la creciente transnacionalización de los capitales accionariales, y a un empaquetado global de su oferta de contenidos que frustra con frecuencia las promesas de impulso a la producción independiente y nacional en general, y de diversidad de la oferta puesta a disposición de los clientes.

La Televisión Digital Terrestre (TDT), aparecía así cada vez más como la última frontera tecnológica actual para el acceso general de la sociedad, para la diversidad de la creación y la elección de los usuarios. Más aún, en la literatura internacional, académica pero sobre todo política, desde los planes gubernamentales a los discursos e informes regionales- como los de la Unión Europea- se ha generalizado una común serie de promesas que acompañaban y legitimaban los planes oficiales de TDT:

\*El acceso universal a una oferta multicanal (incluyendo canales temáticos) que la televisión de pago ha convertido en dieta mínima para el espectador.

\*La oportunidad para revitalizar y adaptar a los tiempos actuales las misiones del servicio público.

\*La ocasión para dar entrada a nuevos actores en el sector, incrementando el pluralismo

\*La posibilidad de diversificar el modelo de negocio televisivo, consolidando su economía.

\*La oportunidad para generar una nueva industria potente de producción independiente (diversidad en la oferta)

\*La promesa de una mayor diversidad para todos los usuarios (ciudadanos-consumidores).

\*Finalmente, pero en primer lugar, la principal puerta abierta al acceso a la Sociedad de la Información para todos los ciudadanos (servicios interactivos públicos o comerciales, acceso a Internet...) para superar la primera brecha digital (acceso).

España. La televisión de pago muestra en los últimos años un claro estancamiento en torno al 25 por 100 de los 15 millones de hogares con hegemonía del satélite y papeles complementarios del cable y de la TV IP (Telefónica sobre todo) única que crece. En esta situación, el Gobierno de Rodríguez Zapatero ha mostrado una fuerte actividad legislativa para sacar a la TDT de la parálisis anterior, redistribuyendo los programas congelados de Quiero TV y lanzando así un total de 20 programas nacionales en digital con un reparto singular: cinco programas para TVE, tres para cada canal analógico privado (A 3 TV, TV 5, La Cuatro-Canal+) y dos para los nuevos entrantes (Vevo TV, Net TV, La Sexta), que se convertirán en 40 tras el *switch off* adelantado a 3 de Abril de 2010 (un múltiplex para cada cadena privada, dos para TVE). Si a esta oferta se suman de cuatro a ocho programas en cada región y casi 1.200 emisoras locales autorizadas en digital, la gran pregunta es cómo se financiará ese sistema.

Extinguído el Foro Técnico inicial, y relegada a un papel consultivo la Comisión de Seguimiento (en donde están presentes todos los agentes sociales y económicos, incluidas asociaciones de usuarios y de minusválidos), el Gobierno no se ha apoyado preferentemente en Impulsa TDT (cadenas públicas y privadas, más el operador de la red), aportando la mitad de su capital, en una actuación casi exclusivamente publicitaria y de análisis de la transición. Exceptuadas algunas actuaciones-escaparaté, como el apagón de la provincia de Soria en 2008 (menos del 1 por 100 de la población española), la TDT aparece marginada de los planes de la Sociedad de la Información. Y las cifras de avance de la transición, publicitadas de forma triunfalista por las autoridades, parecen tan contradictorias (finales de 2007: 85 por 100 de cobertura potencial, pero 26 por 100 de los hogares conectados realmente y tan sólo 9,5 por 100 de *share* digital), que no hacen verosímil el apagón en las fechas oficialmente previstas (Impulsa, 2008). ■

ENRIQUE BUSTAMANTE

© LMD EDICIÓN EN ESPAÑOL

# Nuevas Tecnologías

que sigue sin dominar ni comprender las características y resultados de las TIC. Siguen sin resolverse las paradojas que planteaba Papows, Presidente ejecutivo de Lotus, empresa creadora de hojas de cálculo y "flujos de tareas", y comprada por IBM para abanderar un "negocio electrónico" que sigue sin despejar: "Se ha hecho casi imposible comprender los papeles que la red, la Web y las comunicaciones basadas en Internet jugarán en la redefinición de la empresa moderna... No ha logrado materializarse el largamente anticipado y muy discutido ROI (rendimiento o retorno de la inversión)". Inversión no despreciable, ya que "según *The Economist*, un fascinante 42% de las inversiones de capital en EEUU se realizan anualmente en Tecnologías de información... Y según *Business Week*, el 35% del crecimiento actual del PIB en EEUU se asocia con su crecimiento" (8).

Tal importancia económica tiene su amenazante contrapartida estratégica desde la era de Clinton. Por ejemplo Schiller citaba a su Secretario adjunto de Defensa Joseph S. Nye y a su Vicepresidente del Comité de Jefes de Estado Mayor William A. Owens, para quienes "el país a la vanguardia de la revolución de la información será más poderoso que ningún otro... De verdad, será en el siglo XXI y no en el siglo XX, cuando Estados Unidos esté en la cima de su preeminencia" (9). Joseph S. Nye Junior sigue pensando que "las diferentes redes ofrecen nuevas formas de ejercer el poder y requieren estilos diferentes de dirección. Barack Obama lo entiende; de hecho, esta comprensión le ayudó a conseguir su victoria. Ahora tiene que plantearse la cuestión de cómo utilizar las redes para gobernar. Obama lidera en un mundo donde la información y la decisión ya no van sólo de arriba abajo" (10).

La Comisión Europea intentó compensar con un discurso propio tanto su atención a las infraestructuras tecnológicas de la Sociedad de la Información (tan discursivamente citada desde la cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de Lisboa) como la presión imperial norteamericana. Pero no ha mejorado esta visión retórica desde que una comisión de expertos muy influida por Castells elaboró hace un decenio un Libro blanco europeo sobre "El Ciudadano y la Sociedad Global de la Información": "En el centro de la política europea sobre el uso de las nuevas TIC se encuentra la idea de que la información no sería sólo un producto ordina-

rio: tiene una dimensión cultural esencial para preservar los valores sociales y democráticos en Europa. Pero muchos ciudadanos, en tanto que consumidores y utilizadores de productos informáticos, siguen siendo escépticos frente a la retórica de los responsables políticos y de los capitanes de la industria... No debería ser así. La Sociedad de la Información es potencialmente una fuerza liberadora que mejorará la calidad de la vida y renovará nuestras experiencias culturales". El Informe "comparte cierto malestar porque la mayor fuerza de Europa -la riqueza de su diversidad lingüística, artística, de estilos y comunidades- está siendo erosionada por el dominio de los actores monoculturales del mercado norteamericano... Pueden encontrarse soluciones... pero falta la acción y la consciencia... Una perspectiva plena de desafíos consiste en preparar una declaración clara de los derechos de los ciudadanos que pueda usarse como referencia para poder juzgar las estructuras de la SI".

Frente a esta dejación interesada de responsabilidad han surgido imaginativas formas de contrapoder por cada vez más usuarios de herramientas de comunicación, cuando ya "más de la mitad de la Humanidad tiene acceso a algún tipo de conexión móvil" según un estudio global de la comunicación inalámbrica publicado por Castells (11). También crecen formas inéditas de resistencia entre cientos de miles de profesionales informáticos en cuestiones centrales para el futuro de su trabajo, agrupadas como "Libertad de acceso a la Información". Son tan significativas como paradójicas sus batallas contra las patentes informáticas, por el *software* libre y por la *copyleft* (el derecho a la copia personal sin merma pero sin abuso de la propiedad intelectual *copyright*). En una reciente entrevista (12), el artífice del *software* libre Richard Stallman distingue "tres tipos de creaciones: las de uso práctico; las que transmiten el pensamiento, y las de arte y diversión. Las prácticas deben ser libres. El *software* es un ejemplo. No sirve para admirar su código fuente. La finalidad de un programa es ser ejecutado. Es como una receta. Imagina que un día el Estado dice a los cocineros: 'A partir de hoy, si copiáis o cambiáis una receta os llamaremos piratas y os meteremos en prisión'. No estoy en contra de producir discos y venderlos si se pueden compartir copias. Esto no significa eliminar el derecho de au-

tor. Mis ideas dependen del uso que se haga de la obra".

Esta doble libertad de comunicación masiva y de expresión creativa social se va saldando con grandes movilizaciones contra los poderosos *lobbies* de las grandes multinacionales y con triunfos importantes, por ejemplo en el Parlamento Europeo. La especial idiosincrasia del recurso información y de sus formas de tratamiento va así consolidando grandes zonas de la industria cultural fuera de la apropiación capitalista y del mercado, pese a las ingentes presiones contra la denostada "piratería", tan indestructible hoy como premonitora constituyente de la cultura de mañana. ■

JULIÁN MARCELO

© LMD EDICIÓN EN ESPAÑOL

(1) Diccionario de la Real Academia Española.

(2) Romano, V. y otros. "Apuntes sobre Comunicación y Cultura", varios autores coordinados por el catedrático Vicente, *Utopías* nº 207/208, 2006.

(3) Estos conceptos no son nuevos: el 19 de marzo de 1474 el Senado de la República de Venecia aprobó la primera ley en el mundo que tutelaba las invenciones y los derechos de los inventores.

(4) Castells, M. *The Information Age: Economy, Society and Culture* (Blackwell Pub. 1996). Tomo I traducido como *La Sociedad-Red* por Alianza Editorial, 1997. Tomo II traducido como *El poder de la Identidad* por Siglo XXI, 2001. Tomo III traducido como *Fin del Milenio* por Siglo XXI, 2001. Castells crea el término "informacionalismo" para oponerlo a "industrialismo", pero no a "capitalismo".

(5) Heilbroner, R. *Los límites del capitalismo americano*, Editorial Hommes et Techniques, 1965.

(6) Cerf, V. "Entreviendo el futuro de internet", en "Horizonte 2025", *Novática* nº 145 (especial, 25 aniversario), mayo-junio 2000. Cerf, fundador de la Internet Society y creador de los protocolos TCP/IP, tiene entre otros muchos un premio Príncipe de Asturias.

(7) Marcelo, J. "Del 'Homo typographicus' al 'homo intelligens'. Acta del Congreso Mundial Prescripto (Prensa e Información) y Revista *Chasqui*, 1984. La esencia de la información se discutía ampliamente en medios progresistas en los años 1980 y no pocos cuestionaban la propia identificación entre la entropía negativa -que es simple- y la Información -que es compleja- y entre la objetividad o subjetividad de ésta.

(8) Papows, J. "Enterprise.com". Lotus Development Corporation, 1998. Granica, 1999.

(9) Shiller, H.I. "El dominio de las redes electrónicas mundiales", *Le Monde diplomatique en español*, agosto-septiembre de 1998.

(10) Nye, J.S. Jr. "Dirigentes conectados en redes". *El País* 15 de marzo de 2009

(11) Castells, M. y otros. "Mobile Communication and society". Edición española de Ariel y Fundación Telefónica, 2007.

(12) "El *software* democrático os hará libres", *El País*, 13 de marzo de 2009.