

*Cuando la abundancia produce escasez:  
los conceptos de acceso y apropiación en el proyecto de sociedad informacional.*

MARTÍN **BECERRA**



*Cuando la abundancia produce escasez: los conceptos de acceso y apropiación en el proyecto de sociedad informacional.*

MARTÍN BECERRA<sup>1</sup>

## 1. Introducción

Van Audenhove et al. sentencian en un artículo sobre las perspectivas de construcción del proyecto de la Sociedad de la Información en el continente africano que, visto el escenario de precariedad arquetipo de los países periféricos del globo y las consignas de la liberalización a ultranza de los bienes y servicios de la información y la comunicación (en adelante, *info-comunicacionales*), “un mundo de abundancia es proyectado mientras se crea la escasez” (Van Audenhove et al., 1999).

Que la escasez sea creada, que sea producida, como dicen los autores, precisamente en el marco de la más inédita expansión y difusión global de las actividades industriales de info-comunicación (fundamentalmente las telecomunicaciones, el audiovisual y la informática), y que sea conjugada con el diseño de un proyecto como el de la Sociedad de la Información por parte de los países centrales, no deja de representar una paradójica situación. Según el análisis de los autores acerca de la disponibilidad y el acceso social a las aplicaciones info-comunicacionales, la sociedad informacional, en algunas regiones del mundo, se corresponde con un estrechamiento de la disposición social de información.

La Sociedad de la Información trata, así, de una obra en construcción cuyos trazos gruesos, compuestos gracias al salto tecnológico convergente de las industrias de telecomunicaciones, audiovisual e informática, establecen la diseminación de la lógica comercial de funcionamiento de esas industrias; el abaratamiento en los costos de producción y distribución de los recursos info-comunicacionales con los que trabajan dichas industrias; el crecimiento exponencial de la capacidad de empaquetar, enviar y recibir volúmenes cada día mayores de esos recursos. Pero la obra se completa con la configuración de progresivas dificultades en el momento final del acceso, de la apropiación, de la utilización.

Esta paradójica situación es medular a la hora de definir conceptualmente a la sociedad informacional, en la medida en que su cristalización aparece enlazada con las ideas fuerza de la liberalización, la desregulación y la competitividad y que bajo este ideario es que se inscriben los procesos productivos de los fenómenos comunicacionales e informacionales contemporáneos. Procesos productivos que, como se planteó en el párrafo ante-

✦ NOTAS AL PIE DE LA PÁGINA

<sup>1</sup> Martín Becerra (Doctor en Cs. Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona, 2001), es profesor regular e investigador de la Universidad Nacional de Quilmes (Argentina), donde ejerce la Dirección de la Licenciatura en Comunicación Social. También es profesor de las Maestrías en Comunicación y Cultura (Universidad de Buenos Aires); Comunicación (Universidad Diego Portales, Chile); y Comunicación y Periodismo (Universidad Nacional de La Plata). Email: mbecerra@unq.edu.ar

rior, ciertamente aparecen vigorizados por el salto tecnológico convergente en los momentos de creación, de almacenamiento y transformación, de envío y distribución, de emisión, intercambio y venta, de los recursos info-comunicacionales, pero que como contrapartida evidencian la multiplicación de peajes que hacen del momento final del circuito productivo -aquel donde protagónicamente interviene el usuario, el destinatario- un escenario de angosturas y obstáculos. Obstáculos mayoritariamente (pero no únicamente) económicos.

A los efectos del presente trabajo, cuyo propósito es presentar el momento del acceso y de la apropiación de los bienes y servicios info-comunicacionales como instancia crítica insoslayable de abordaje del proyecto de sociedad informacional, no se profundizará el amplio debate existente acerca de la pertinencia del nombre asignado a los cambios sociales bautizados como Sociedad de la Información (para ello, ver Vedel, 1996; Tremblay, 1996; y Becerra, 1999). Más que un problema semántico el tema en cuestión remite a un problema morfológico.

La situación de Argentina se corresponde con la concepción de la sociedad informacional según esta perspectiva que postula sus contradicciones, justamente en dos de las industrias protagonistas del salto tecnológico. En efecto, por primera vez en la historia del país se registra la retracción del parque de telefonía vocal básica (es decir, la aplicación más importante de la industria más poderosa de las actividades info-comunicacionales) y, según los últimos datos del INDEC<sup>2</sup>, la Sociedad de la Información en la Argentina también apunta la disminución de la cantidad de hogares abonados al sistema de televisión por cable, que es una de las aplicaciones de valor agregado prototipo de nuevos servicios en el caso de la industria audiovisual.

## 2. Circuito productivo comunicacional: momentos y miradas

En los estudios de comunicación este último momento del circuito productivo, que es entendido como momento de realización del acto simbólico -a la vez que del acto económico- atestigua el cruce de varias tradiciones de análisis. Para el análisis semiótico-estructuralista, se trata de un momento casi inaugural y, concibiendo a las fases previas del circuito productivo como una suerte de pre-historia tangencial, el verdadero objeto de interés lo constituye el producto (el discurso, el texto) en sí mismo, amputando todo elemento contextual como irrelevante a los efectos del estudio.

Para Murdock, los puristas aficionados a ejercicios semióticos y estructuralistas, que califica de "anatómicos", "sostenían que las autopsias que ellos realizaban a los textos tenían que efectuarse a puerta cerrada para evitar la contaminación (...) En la práctica, por supuesto, era una tarea imposible ya que ningún acto de interpretación podía evitar basarse continuamente en los depósitos del conocimiento social y capital cultural del lector". Como Roland Barthes, con buen humor, reconoció en su ensayo sobre la fotografía que las connotaciones "no se pueden captar inmediatamente en el nivel del mismo mensaje... pero se pueden inferir algunos fenómenos que ocurren en los niveles de la producción y la recepción del mensaje" (1998: 165).

Por su parte, los *cultural studies* integran el texto en el momento de acceso, apropiación, consumo o uso. Es el momento de la «decodificación», para utilizar el término del clásico trabajo de Stuart Hall, que revela la

↳ NOTAS AL PIE DE LA PÁGINA

<sup>2</sup> Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

capacidad de resignificación de mensajes producidos en un sistema industrial y, concomitantemente, es un momento que potencialmente revela estrategias de resistencia, de oposición, de in-subordinación. En consecuencia, para los cultural studies es el momento central desde el que debe fundarse la elucidación de los fenómenos comunicacionales. Esa centralidad, como se advertirá, decanta en una posición extrema que deifica y por lo tanto también amputa el momento del uso, de la apropiación, del acceso, del resto del circuito productivo y al hacerlo desconecta artificialmente lo que en la práctica no es sino continuidad y consecuencia.

Para Murdock "el trabajo de los estudios culturales en la producción simbólica suele buscar conexiones entre los textos específicos y los macrocontextos sin investigar las prácticas que los median, mientras que el trabajo sobre el consumo se centra en las conexiones entre la actividad y el contexto inmediato, con poca o ninguna referencia a las fuerzas más generales" (167). Es admisible, así, la caracterización que Mattelart realiza acerca de los cultural studies en términos de su frecuente olvido de la historia y de la economía, de su falta de inscripción sociológica, que en el caso de Gamham se transforma directamente de una fuerte imputación sobre el populismo apolítico de esta corriente.

Para los estudios de economía política de la comunicación<sup>3</sup> las condiciones de producción de los bienes y servicios info-comunicacionales determinan, en última instancia, las condiciones en que éstos son editados, formateados se diría, distribuidos, ofrecidos y vendidos. El momento del intercambio y de la apropiación, del acceso, es investido de importancia en la medida en que se articula con la lógica de la producción. Por ejemplo Gamham dice que desde Smith y Ferguson el tema de la economía política es el análisis de los "modos de subsistencia" de las sociedades. Como las prácticas productivas para subsistir son colaborativas o cooperativas, se desprende que ello requiere prácticas institucionales, culturales y jurídicas. No obstante, dos autores cuya contribución a los estudios de economía política de la comunicación resultan fundamentales, como Torres López y Zallo, subrayan:

Puesto que las mercancías informacionales se producen para el cambio, para conocer los efectos de todo tipo que generan los intercambios de información deben conocerse las condiciones concretas de su realización y para ello es singularmente significativa la naturaleza del sistema de apropiación que es siempre preciso para que pueda llevarse a cabo (1991).

Lo que parece claro es que, si bien los estudios culturales tienen como preocupación sobre el momento de la apropiación cierta expresión que podría llamarse doméstica (es decir, en tanto unidades particulares de consumo), los estudios de economía política no abundan en ejemplos acerca de análisis donde se articule la lógica macroeconómica, el circuito de producción, distribución y consumo de bienes y servicios infocomunicacionales donde se conciba al consumo como algo más que el mero intercambio, tal como advierte Grossberg.

El desafío conceptual aparece entonces tensionado por la necesidad de superar la división entre momentos aislados de lo que en la práctica no se plantea sino como interacción continua y que, curiosamente, sólo es susceptible de separación en el plano del análisis. Las modalidades de producción de bienes y servicios culturales llevan inserta la fase del consumo y de la apropiación y ésta no puede sino entenderse como momento de un circuito productivo integral que también supone la intervención de mediaciones, adaptaciones, interferencias

NOTAS AL PIE DE LA PÁGINA

<sup>3</sup> La clasificación aquí realizada tiende a brindar un marco de síntesis en relación con estos estudios, a pesar de la necesaria aclaración analítica de Quirós Fernández (2001) respecto de su imposibilidad de agrupación como «escuela».

y contrasentidos. La gramática del reconocimiento no puede, así, entenderse sino coligada con la gramática de la producción, donde confluyen no sólo los enunciados sino también los momentos de la enunciación y sus condicionamientos. Condicionamientos tales como un contexto de inédita concentración global comercial de los medios e industrias info-comunicacionales; como la centralidad de los recursos info-comunicacionales en la reorganización de los procesos productivos; como la ubicuidad de las tecnologías info-comunicacionales y su progresiva cualidad convergente. Condicionamientos que, entonces, exceden al mero mensaje y a las prácticas aisladas. *Las prácticas se insertan en formas históricas y sociales de significación.* En palabras de Ramón Zallo, "las razones que justifican una economía política de la comunicación y la cultura pueden formularse desde dos puntos de vista: desde su lugar creciente en las estructuras económicas nacionales e internacionales y desde su organización interna específica para la producción de capital". Tomando esta definición como punto de partida, no sólo debería apuntarse a la centralidad de lo info-comunicacional en la reestructuración del capitalismo, sino en la lógica capitalista cada vez más decididamente influyente en la producción de lo info-comunicacional.

Si bien los cultural studies contribuyeron a desmitificar el concepto de apropiación cultural al estudiar prácticas de apropiación de grupos "corrientes", refiriéndose a usos populares, a usos de "gente común", ello no basta como proyecto de comprensión crítica de dichas prácticas si tal proyecto no rinde cuentas de la doble influencia mencionada en el párrafo anterior. Para McQuail:

Los estudios culturales han ayudado a reconocer y analizar aspectos de este fenómeno (la cultura «popular» en tanto que des-sacralización del arte como práctica de gente común, de gente «corriente»), pero también suelen hacer caso omiso de la implicación de que esta nueva jerarquía en el seno de la cultura popular no es muy diferente, en su configuración o sus consecuencias, de la jerarquía del valor cultural asociado con los antiguos sistemas de clase y poder. Tarde o temprano, los límites del poder se van a encontrar en manos de lo popular; los consumidores individuales de la cultura popular están sujetos a los dictados de un sistema (comercial) de publicidad más poderoso y a la presión del gusto popular establecido y global, que a menudo se ejerce por medio de coetáneos y en el contexto social inmediato (McQuail, 1998: 113).

El análisis de los fenómenos culturales, entendidos como circulación social de sentido, es inconsistente si se realiza centrado en el texto como referencia básica y se abstrae del estudio de las relaciones de poder que dan marco a (y que, al mismo tiempo, se configuran en) esa circulación que es, como queda manifiesto, eminentemente productiva y productora. Douglas Kellner (1998) critica el fundamentalismo de los *cultural studies* y de la economía política de la comunicación en sus versiones más extremas por la incapacidad por aprehender los procesos reales de circulación de los flujos comunicacionales e informacionales en un contexto, que él describe, de profunda concentración de la propiedad y centralización de la producción en las industrias culturales.

### 3. El acceso en la sociedad informacional

En el proyecto de la sociedad de la información el análisis del momento del acceso es insoslayable: la diferencia entre el recurso potencialmente al alcance de todos, cualidad por antonomasia de la información como recurso, se contrasta con su materialización y circulación en las sociedades contemporáneas en forma de mercancía producida y distribuida global, comercial e industrialmente y, en consecuencia, con un horizonte de apropiación y acceso, de recepción y uso, limitado por la lógica de mercado de su circulación productiva.

El proyecto de la sociedad informacional supone que, dadas las potencialidades tecnológicas revolucionarias acaecidas en los últimos treinta años en las industrias culturales e informacionales, es decir, dada la naturaleza convergente del salto tecnológico info-comunicacional, entonces la consecuencia es que el grado, la calidad y la cantidad de acceso social a los bienes y servicios ofrecidos se extenderían a niveles inimaginados.

A partir de esa suposición (más información disponible equivale a mejor comunicación), el análisis sobre el proyecto de la Sociedad de la Información tiene en el momento de la apropiación o del acceso una variable de abordaje fundamental, toda vez que el protagonismo productivo de las industrias culturales info-comunicacionales es inédito. Este protagonismo puede ser analizado en dos sentidos: por un lado, a partir de las transformaciones de tipo convergente y estructural que registran las industrias info-comunicacionales, y por otro lado, a partir de las transformaciones que en el procesamiento productivo del resto de bienes y servicios (no necesariamente info-comunicacionales) provoca el peculiar emplazamiento, históricamente reciente, de dichas industrias. Para García Canclini (2001),

(...) no ocuparse hoy de las industrias culturales es como si hace un siglo los políticos se hubieran negado a legislar sobre los ferrocarriles y a promoverlos, como si hace 50 años no se hubieran ocupado de los coches y el transporte público, o 30 años atrás de los electrodomésticos y las fuentes de energía. Las industrias culturales son recursos igualmente estratégicos para el enriquecimiento de las naciones, la comunicación y participación de sus ciudadanos y consumidores.

La presencia sobresaliente de las tecnologías info-comunicacionales en el replanteo de los procesos productivos del resto de actividades económicas ha sido estudiada por Castells (1995) y justificada la formulación de la categoría de "modo de desarrollo informacional" para referirse a las mutaciones que el desarrollo de las fuerzas productivas provocan, gracias al protagonismo de las actividades info-comunicacionales, en las relaciones sociales de producción.

Para justificar la necesidad prioritaria de atender analíticamente el momento del acceso y la apropiación es preciso, además, aludir a las modificaciones que evidencian tanto el momento de la producción como el de la distribución y circulación de bienes y servicios info-comunicacionales, ya que el salto tecnológico convergente plantea los siguientes efectos: por un lado, la disminución exponencial del costo de producir, procesar y transmitir información a escala industrial y masiva (lo cual no implica que el costo del acceso disminuya en forma proporcional); por el otro, la digitalización de los paquetes info-comunicacionales permite incrementar la capacidad de producir, procesar, almacenar y enviar volúmenes cada vez mayores de información en menor tiempo. Estos dos efectos suponen entonces un cambio histórico, que algunos autores visualizan incluso como superación, respecto del condicionante tradicionalmente constituido por la capacidad de las industrias reflejada en los momentos de producción, almacenamiento, edición, emisión y venta de sus productos.

Si paulatinamente el salto tecnológico permite superar esos condicionantes, entonces el momento del circuito productivo que aparece como instancia crítica es el del acceso y la apropiación. Las posibilidades materiales de acceso a producir, procesar, almacenar, distribuir, recibir, buscar, decodificar la información pasan entonces a ser parte de los procesos críticos que involucran el desarrollo de una sociedad informacional.

Entre la salutación entusiasta a los cambios vigorizados con la mutación de las actividades info-comunicacionales y las posibilidades reales de acceso, utilización y apropiación a los bienes y servicios en el proyecto de la Sociedad de la Información, se localiza por lo tanto una tensión que impacta decididamente sobre el acceso

en los niveles estructural-económico, socio-cultural y político. Esta tensión resulta exacerbada con la aplicación de políticas neoliberales de liberalización y desregulación a ultranza, afectando de este modo los niveles de accesos sociales.

#### 4. Salto tecnológico convergente y rupturas en el nivel de acceso

Hasta hace dos décadas, cuando el debate comunicacional, reflejado por ejemplo en el Informe MacBride (UNESCO, 1980), estaba centrado en el sentido desigual de los flujos informativos en virtud del desequilibrio norte-sur en las emisiones informacionales, o en la dicotomía entre servicio público y servicio de interés público, el acceso era conceptualizado como la cobertura que un medio brindaba a la población de un territorio determinado. Como los servicios, productos y aplicaciones que ese medio ofrecía eran finitos y abiertos (el modelo es la radiodifusión hasta los años ochenta), y como la estructura de la red de ese medio impedía diferenciar la distribución de esos productos a los consumidores, la garantía de cobertura implicaba, correspondientemente, una garantía sobre el acceso, con variantes según el tipo de legislación nacional (por un lado, en Gran Bretaña como modelo de "servicio público" audiovisual, el usuario pagaba un canon por el receptor y el producto -las emisiones- se realizaba sin comerciales, mientras que en Latinoamérica se adoptó por el contrario el modelo norteamericano, donde se impuso en materia audiovisual un modelo comercial de "interés público" en el que el usuario sostenía al subsistema público mediante impuestos y el conjunto del sistema -los canales públicos y los concesionarios o licenciatarios privados- emitía publicidad como vía central de financiamiento). De esta manera, quien tuviera dinero para comprar un receptor de televisión tenía acceso *en igualdad de condiciones* al servicio televisivo de un país que el resto de sus conciudadanos.

A su vez, la política de comunicación ha hecho de la dicotomía entre la escasez de frecuencias audiovisuales y el costoso tendido, potencialmente infinito, de la red de telecomunicaciones, un principio constitutivo de las diferentes tradiciones reglamentarias. En ambos casos, como superación de esta dicotomía en el nivel del acceso social y público, se establecieron los principios del servicio público en materia audiovisual y de servicio universal en materia de telecomunicaciones.

Estos conceptos son dinámicos a la vez que principios fundacionales. Como conceptos dinámicos y, como toda categoría, tienen funcionalidad y determinación en el marco de un contexto. Para la Comisión Europea, la escala de aplicación de estos conceptos puede cambiar en respuesta a las necesidades (variables) de los usuarios, a las prioridades socioeconómicas y a las mejoras tecnológicas. Pero, además, como principios fundacionales, deben permitir el acceso como garantía: "el servicio universal debe ser vigilado con el objetivo tanto de asegurar a los usuarios la recepción del servicio hoy como también garantizar la necesidad de cambios en escala en el futuro" (Comisión Europea, 1998), lo que supone la obligación por parte de los actores del sistema, de invertir en innovación tecnológica para sostener y consolidar la prestación del servicio.

De este modo, el servicio universal en telecomunicaciones, tanto como el servicio público en audiovisual, articulan las dimensiones dinámica -por su aplicación al contexto-, y permanente -por garantizar un principio fundacional-. Ahora bien, la inversión de los soportes utilizados durante casi todo el Siglo XX por estas dos

potentes industrias (toda vez que las telecomunicaciones, con la telefonía móvil como paradigma, parecen crecientemente independizarse del tendido de redes terrestres, mientras que el audiovisual cada vez se apoya más en el cable coaxial y de fibra óptica), la anulación del principio de escasez, la conmutación y digitalización con que el advenimiento de la microinformática en los años setenta fue signado el resto del panorama info-comunicacional, actuando como verdadera bisagra y articulación entre informática y telecomunicaciones, impactaron en la reformulación de los principios de servicio público y de servicio universal.

Para los actores privados esta reformulación debe partir de la obsolescencia del marco reglamentario previo y a la confianza en la mano invisible del mercado como instrumento idóneo de asignación de nuevas reglas de juego. En muchos casos, los Estados y entidades supraestatales han venido aceptando este argumento, promoviendo la retirada de los actores públicos de las actividades que mayor importancia económica revisten, según coinciden los documentos oficiales de, por ejemplo, la Comisión Europea o el gobierno norteamericano.

Como apunta Blackman (1998), la superación del principio de escasez, posibilitada por el salto tecnológico de los últimos treinta años, reformula la misión del servicio público (audiovisual) o del servicio universal (telecomunicaciones). Sin embargo, contra la opinión de Blackman en un sugerente trabajo sobre el particular, orientado a favor de la liberalización, si bien la ausencia de escasez y la transición a un contexto potencialmente ilimitado de prestaciones info-comunicacionales obligan a replantear el objetivo y las modalidades de garantizar el acceso inherentes al servicio público y al servicio universal, la justificación de su existencia se halla en que el acceso sigue siendo escaso.

Cierto es que la oferta tiene, potencialmente, una "capacidad ilimitada" (Blackman, 1998: 168), pero no es menos cierto que la regulación debe, centralmente, focalizar los niveles de acceso para definir los criterios de los servicios público y universal, antes que en el nivel de la oferta, para que el carácter ilimitado no se restrinja a la misma y el acceso pueda gozar de la misma cualidad. Para Sussman,

*Donde antes existía sistemas unificados de comunicación dirigidos a diversos sets de usuarios, tales como ejecutivos de negocios y trabajadores que usaban los servicios de correo postal de primera categoría, o como la posibilidad de que las clases medias y bajas escucharan los mismos programas de radio o que diferentes grupos ocupacionales leyeran los mismos diarios, los estándares comunes permitían tanto a las clases sociales privilegiadas como a las desprotegidas el acceso a relativamente servicios de comunicación de alta calidad. Pero ante el advenimiento del cambio tecnológico en función de las necesidades corporativas y de la desregulación gubernamental, se permite a los estratos de negocios y a los más privilegiados la segregación en términos de acceso a servicios de comunicación, con menores subsidios orientados a (favorecer el acceso de) la clase trabajadora (Sussman, 1997: 17).*

Puede inferirse, entonces, un gran contraste entre la noción de acceso de acuerdo con los criterios constitutivos del servicio público y la lógica del servicio universal por un lado, y la noción de acceso que aportan las ideas fuerza de la desregulación, la liberalización y la competitividad a ultranza, asumidas éstas como pilares ideológicos del proyecto de la Sociedad de la Información. Puesto que desde la perspectiva de este trabajo el proyecto de la Sociedad de la Información es un proceso inconcluso, su resultado final no puede escrutarse desde una observación estática. Por lo tanto, la contradicción queda planteada como núcleo de tensión crítico en el desarrollo del proceso de construcción de los cambios sociales presentes.



### 5. La abundancia proyectada, la escasez producida

Como plantea la frase de Van Audenhove et al. que abre este trabajo, un mundo de abundancia es proyectado mientras se fabrica la escasez. A pesar de la política de puertas abiertas a la economía de mercado y del objetivo de garantías de la competencia que generó la liberalización de las actividades info-comunicacionales, en Europa por ejemplo hay más de seis millones de hogares que terminaron el Siglo XX sin conexión con el servicio de telefonía básica (Comisión Europea, 1998), es decir, seis millones de hogares que indican que el servicio universal debería estar representado por políticas más activas si efectivamente funcionara como principio de garantía de acceso a todos los ciudadanos independientemente de su lugar de residencia y de su situación socioeconómica, como reza la siguiente cita de la Comisión Europea:

El servicio universal es un medio de extensión de los beneficios de los desarrollos del mercado a todos los usuarios, independientemente de su lugar de residencia o de su status socioeconómico. La Comisión reconoce que el servicio universal es un elemento esencial para contribuir a la solidaridad y el trato equitativo (Comisión Europea, 1998b).

La brecha entonces no se expresa solamente a partir de referencias geográficas (que siguen siendo fundamentales, como lo muestra el caso del África Subsahariana, donde el índice de "teledensidad" –cantidad de líneas de teléfono por cada 100 habitantes– es de 2,9 (PNUD, 2001: 65), es decir, que tiene menos líneas telefónicas que la isla de New York, Manhattan), sino fundamentalmente a partir de causas y efectos socioeconómicos, pues se instala aún en cada bolsón de pobreza de los centros urbanos de los países centrales.

Cierto es que la brecha tiende a reflejar cada vez con mayor claridad las diferencias entre un pequeño mundo integrado y otro, mayoritario, crecientemente marginado. Esta tendencia se contradice con la retórica de una globalización que elimina las marcas geográficas como si la extensión planetaria de la lógica capitalista supusiera que el capitalismo de Bolivia es el mismo que el de Gran Bretaña. A continuación se exponen algunas cifras del Informe de Desarrollo Humano 2001 del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, relativas a la década del 90, acerca de la cobertura de aplicaciones de tecnologías de telecomunicaciones en Argentina, en otros países latinoamericanos, y en los países centrales o "de alto ingreso":

	Teléfonos estacionarios (x 1000 personas)		Suscriptores teléf. celulares (x 1000 personas)	
	1990	1999	1990	1999
Argentina	93	201	-	121
Brasil	65	149	-	89
Chile	66	207	1	151
Colombia	75	160	-	75
México	62	112	1	79
Venezuela	82	109	-	143
Promedio países de alto ingreso	470	591	13	373

En pleno desarrollo de la sociedad informacional, los indicadores del PNUD muestran que los países latinoamericanos con mayor cobertura en difusión de tecnologías en telecomunicaciones contaban, en el año 2000, con una situación muy inferior a la de los países centrales o "de alto ingreso" en 1990.

El contraste entre acceso en diferentes países, e incluso las diferencias o brecha info-comunicacional al interior de cada país, suscita la necesidad de elucidar qué sucede con la apropiación de esta peculiar mercancía que es la información dado que, como apunta Miège, la paradoja de este recurso *soft* que favorece la comunicación y el intercambio, es que se trata de

(...) un producto muy desigualmente repartido y, en este sentido, se trata verdaderamente de un rasgo estructural y no de una suerte de enfermedad juvenil; de hecho, a medida que la información es opulenta y mercantilizada, ello supone la puesta en escena de operaciones complejas cuya apropiación sólo pueden realizarla realmente las grandes compañías y los estados dominantes (en Becerra, 1998: 147).

Al igual que el concepto de la Sociedad de la Información, el de acceso comprende una potencialidad convergente entre procesos complejos y muchas veces, con lógicas divergentes y multifacéticos. Concebir el acceso (tanto como la sociedad informacional misma) como una realidad en la que aparece ya dada esa potencialidad constituye un intento de eludir el abordaje de los nudos centrales del problema y conculcarle su esencia. La gran aplicación convergente de la sociedad informacional, Internet, presenta un esquema de arancelamiento en el acceso. En efecto, como narración de las virtudes de la Revolución Informacional, Internet merece analizarse desde la perspectiva del consumo arancelado, de lo que Mosco (1988) denomina la *Pay-per Society*. En la actualidad existen, por lo menos, cuatro niveles de pago imprescindibles para que un consumidor se conecte con la *red de redes*:

1) El consumidor debe pagar a la empresa telefónica concesionaria de la red general, y a la empresa eléctrica correspondiente, para así conectarse con el segundo nivel, que es el del proveedor de Internet. En la mayoría de los países esta primera instancia de conexión implica, entonces: a) el pago de un abono fijo mensual a la red telefónica y a la red eléctrica; y b) el pago de la comunicación telefónica establecida (pago por consumo);

2) El consumidor debe pagar al proveedor de Internet una cuota para acceder, una vez dentro de la red telefónica, a la red Internet. Es decir, que sin proveedor, no hay Internet. Hay países como la Argentina, donde algunos de los más grandes proveedores de Internet son propiedad de, o están asociados con las principales empresas telefónicas, o bien son socios de las mayores compañías de telecomunicaciones en otros negocios;

3) El consumidor debe pagar por el *hardware*, es decir, por su computadora personal (ordenador, *modem*, *CD Rom*, etcétera), cuya actualización demanda un gasto de más de mil dólares cuando el modelo de computadora personal queda obsoleto, en un promedio de dos años de vida útil de los equipos desde la XT de los años ochenta;

4) El consumidor debe pagar por el programa lógico y los contenidos (*software*) que utiliza para conectarse.

Una sociedad que es bautizada como sociedad de la información gracias al recurso que, transformado en mercancía, es identificado como la clave del nuevo modo de desarrollo, adquiere así necesariamente nuevos

calificativos complementarios, como el de sociedad de información en base al pago. Los datos e informaciones que forman el *corpus* de contenidos de la Sociedad de la Información tienden a ser concebidos producidos, publicitados, distribuidos, comercializados y consumidos en forma de nichos en función de la capacidad de pago de cada clase, sector o grupo social consumidor, y no "en pie de igualdad de las ventajas que ofrece (el modelo)" como señala el Plan de Actuación Móvil de la Unión Europea (Comisión Europea, 1996b).

## 6. A modo de conclusión

Este trabajo intentó reflejar en primer lugar las diferentes opciones epistemológicas que cruzan los estudios de comunicación en relación con los debates acerca de la construcción de conocimientos significativos en torno a los fenómenos comunicacionales de la actualidad.

Estos fenómenos aparecen coligados estructuralmente con cambios sociales que exceden el ámbito mismo de la comunicación y, en consecuencia, los estudios de comunicación no pueden abstraerse de sus causas, sus interacciones, sus efectos. En tal sentido, la mirada integral de los estudios de economía política de la comunicación en el marco de contextos productivos donde se producen los fenómenos comunicacionales parece consistente, aunque muchos de estos análisis se concentren específicamente en el momento de la producción y no abarquen el conjunto del proceso productivo.

En cambio, los *cultural studies*, tradicionalmente abocados al estudio de la apropiación, del consumo, del uso y del intercambio han demostrado su interés en el acceso, si bien muchas veces escindiendo este momento "final" del circuito productivo info-comunicacional del resto del sistema y en consecuencia, alienándolo con esa operación.

En rigor, puede afirmarse que el acceso asimila dos lógicas medulares: la de la desigualdad por motivos económicos, fundamental en un momento histórico en que la información se convierte en insumo y en factor que reestructura los procesos, y la de la desigualdad sociocultural articulada por la disposición de las diferentes competencias que tipifican los distintos sectores en el seno de una sociedad. Para Maldonado estas dos lógicas podrían ser referidas como la *posibilidad* y la *probabilidad* de acceso:

Es preciso entenderse sobre esta proclamada posibilidad de absoluto y libre acceso a la red. Se trata de un punto crucial del actual debate sobre la relación información-democracia. Porque una cosa es la posibilidad de un libre acceso y otra muy distinta la probabilidad de que los ciudadanos puedan hacer uso de ella. La posibilidad de establecer contacto con *everyone* y *everything* puede estar técnica (y legalmente) garantizada, pero no significa que ello ocurra efectivamente. Y esto por dos razones: En primer lugar, porque un universo de acceso homogéneamente disponible plantea, por fuerza, el problema de las restricciones subjetivas de acceso, es decir, aquellas que los mismos actores se ponen en consonancia con sus valores, creencias y preferencias, sin excluir los prejuicios que derivan de ellos. En segundo lugar, está el problema de las limitaciones exteriores de nuestra libertad. Pese a que se nos asegure la que Isaiah Berlin llama "libertad negativa", o sea, en nuestro caso específico, la "ausencia de interferencia" en el uso de la red, la efectiva probabilidad de disfrutar de dicha libertad es mínima. En este aspecto de la cuestión, el ejemplo dado por el mismo Berlín es, me parece, muy instructivo: la libertad de emprender un viaje alrededor del mundo que, al menos en los países democráticos, está garantizada formalmente a todos los ciudadanos. Es un hecho, empero, que, para poderlo llevar a cabo, es necesario satisfacer algunas condiciones que, por el contrario, sólo unos pocos pueden permitirse. Por ejemplo: estar en condiciones de soportar los elevados costes de la empresa y tener a disposición el tiempo requerido para afrontarla (Maldonado, 1998: 19 y 20).

El problema del acceso, multifacético, se ha ido articulando en los últimos veinte años con el del desarrollo de un mercado de consumo para los productos info-comunicacionales, como hasta entonces no había sucedido. Esta cuestión lejos de pertenecer al ámbito de lo tecnológico compete a la dimensión social de los cambios nombrados como Sociedad de la Información. El mito de la sociedad interconectada encuentra un serio estorbo en el nivel económico del acceso pero los cuestionamientos no se reducen sólo a este nivel. Al analizar el comportamiento del mercado de la información en este marco, Robins y Webster proponen una tipología para diferenciar tres niveles de distribución y consumo informativo: el "duro o alto", el "trivial" y el "debilitado":

Nos parece ver una creciente escasez de información que no sea considerada comercialmente viable. La información disponible será distribuida diferencialmente: datos "duros" (financieros, comerciales, científicos) para el acaudalado sector corporativo; datos "triviales" a través de canales de videotexto y teletexto, para el consumidor doméstico. Y, lo más importante, el principio de acceso público, de disponibilidad de los recursos informativos como servicio público -un ideal realizado imperfectamente en el mejor de los tiempos- será debilitado (paralelamente, por supuesto, a la subversión del servicio público audiovisual, el declive de las bibliotecas públicas, el desmantelamiento de las empresas públicas de comunicación como propietarias del sistema) (Robins y Webster, 1988: 64).

El ejemplo de la televisión por cable es singularmente válido para ilustrar el problema del acceso: en los países del continente americano donde más se ha desarrollado (Estados Unidos, Canadá y la Argentina, en ese orden según la cantidad de abonados al sistema de cable cada cien habitantes<sup>4</sup>) coincide con la clasificación citada de Robins y Webster acerca de los distintos niveles de acceso al consumo de información "dura o alta" financiera, comercial y científica, "trivial" para el consumo doméstico y "debilitada" para lo que se entendía como acceso público universal. En la televisión por cable tiende a consolidarse esta jerarquización, pues la oferta más selecta y de mejor calidad se orienta a los consumidores ya abonados al servicio de televisión por cable pero que estén dispuestos, y que tengan, además, la posibilidad, no sólo la voluntad, a pagar un añadido a la cuota de conexión general. Se les ofrece entonces una programación "dura o alta" de forma diferencial, codificada. Al resto de los abonados a la red se les ofrece un menú "trivial" y masivo, con lo cual estar abonado a la red no supone el acceso indiferenciado a todos los servicios que ésta canaliza. Por último, el resto de la población, la que no alcanza a abonarse al sistema, queda relegada a la información de acceso público, que es cada vez más "debilitada".

No obstante, y como pertinente indicador acerca de la relación estrecha que vincula el desarrollo y la apropiación de tecnologías info-comunicacionales con el contexto socioeconómico donde se inserta, tema que refiere directamente a las determinaciones que conforman el marco conceptual de los estudios de economía política, la Argentina del Siglo XXI, en pleno desarrollo de la sociedad informacional, evidencia la retracción de los principales mercados info-comunicacionales que tienen en el pago una condición necesaria (aunque no suficiente, como se señaló) para el acceso y la apropiación.

## Bibliografía

- BECERRA, Martín** (1998), Entrevista con Bernard Miège “Las industrias culturales ante la “revolución informacional”, en *Voces y Culturas* nº14, Barcelona, Voces y Culturas p. 143-160.
- (1999), “El proyecto de la Sociedad de la Información en su contexto”, en *Anàlisi* nº23, Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, p. 137-149.
- BLACKMAN, Colin** (1998), “Convergence between telecommunications and other media. How should regulation adapt?”, en *Telecommunications Policy*, nº3, Vol. 22, Elsevier Science, Cambridge (UK), p. 163-170.
- CASTELLS, Manuel** (1995), *La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*, Madrid, Alianza Editorial, 504
- Comisión Europea** (1996) *Europa en la vanguardia de la sociedad mundial de la información: Plan de Actuación Móvil*, Comunicación al Consejo, Parlamento Europeo, Comité Económico Social y Comité de las Regiones (COM (96) 607 Final), Bruselas, Comisión Europea, 44 p.
- Comisión Europea** (1998), *First monitoring report on universal service in telecommunications in the European Union*, Comunicación de la Comisión Europea al Parlamento, al Consejo y al Comité de las Regiones COM (98) 182 Final. Documento consultado en noviembre de 1999 en la dirección de Internet: [www.ispo.ecc.be](http://www.ispo.ecc.be).
- GARCÍA CANCLINI, Néstor** (2001), “Por qué legislar sobre industrias culturales”, en *Nueva Sociedad* nº 175, Caracas, Nueva Sociedad
- GARNHAM, Nicholas** (1997), «Economía política y estudios culturales: ¿reconciliación o divorcio?», en *Causas y Azares* nº6, Buenos Aires, Causas y Azares, p. 33-46.
- (1998), “Economía política y la práctica de los estudios culturales”, en Ferguson, Marjorie y Peter Golding (eds.), *Economía política y estudios culturales*, Barcelona, Bosch, p. 121-144.
- GROSSBERG, Lawrence** (1997), «Estudios culturales versus economía política, ¿quién más está aburrido con este debate?», en *Causas y Azares* nº6, Buenos Aires, Causas y Azares, p. 47-60.
- KATZ, Claudio** (1998), “El enredo de las redes”, en *Voces y Culturas* nº14, Barcelona, Voces y Culturas, p. 123-140.
- KELLNER, Douglas** (1998), “Vencer la línea divisoria: estudios culturales y economía política”, en Ferguson, Marjorie y Peter Golding (eds.) *Economía política y estudios culturales*, Barcelona, Bosch, p. 185-212.
- LÉVY, Pierre** (1995), *¿Qué es lo virtual?*, Barcelona, Paidós, 141 p., 1999.
- MALDONADO, Tomás** (1998), *Crítica de la razón informática*, Barcelona, Paidós, 239 p.

- MCQUAIL**, Dennis (1998), «Se precisa ayuda de una política normativa: con buena disposición y capaz, culturalistas de los medios de comunicación soliciten información, por favor», en Ferguson, Marjorie y Peter Golding (eds.) *Economía política y estudios culturales*, Barcelona, Bosch, p. 95-120.
- MCRORBIE**, Angela (1996), «Looking back at New Times and its critics», en Morley, David y Kuan-Hsing Chen (eds.), *Stuart Hall, critical dialogues in cultural studies*, Londres, Routledge, p. 238-261.
- MOSCO**, Vincent (1988), «Information in the Pay-per Society», en Mosco, Vincent y Janet Wasko (eds.), *The political economy of information*, Madison, The University of Wisconsin Press, p. 3-26.
- MURDOCK**, Graham (1998), «Comentarios de base: las condiciones de la práctica cultural», en Ferguson, Marjorie y Peter Golding (eds.) *Economía política y estudios culturales*, Barcelona, Bosch, p. 161-183.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo** (2001), *Informe sobre Desarrollo Humano 2001*, México, Mundi-Prensa, 268 p.
- QUIRÓS FERNÁNDEZ**, Fernando (2001), «Globalización y pensamiento crítico», en Quirós Fernández, Fernando y Sierra Caballero, Francisco (eds.) *Globalización, comunicación y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, p. 23-44.
- ROBINS**, Kevin y **FRANK** Webster (1988), «Cybernetic Capitalism: Information, Technology, Everyday Life», en Mosco, Vincent y Janet Wasko (eds.) *The political economy of information*, Madison, The University of Wisconsin Press, p. 44-75.
- SUSSMAN**, Gerald (1997), *Communication, Technology, and Politics in the Information Age*, Londres, SAGE, 319 p.
- TORRES** López, Juan, y **ZALLO**, Ramón (1991), «Economía de la información. Nuevas mercancías, nuevos objetos teóricos», en *Telos* n°28, Madrid, Fundesco, p. 54-67.
- TREMBLAY**, Gaëtan (1996), «La sociedad de la información: del fordismo al gatesismo», en *Comunicación na periferia atlántica. Actas do I Congreso Internacional*, Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela, p. 31-38.
- UNESCO** (1980), *Un solo mundo, voces múltiples (Informe MacBride)*, Edición en castellano utilizada de 1987, México, Fondo de Cultura Económica, 269 p.
- VAN AUDENHOVE**, Leo, **BURGELMAN**, Jean-Claude, **NULENS**, Gert y **CAMMAERTS**, Bart (1999), «Information society policy in the developing world: a critical assessment», en *Third World Quarterly* vol. 20 nro 2, p. 387-404.
- VAN CUILENBURG** y **VERHOEST** Pascal (1998), «Free and equal access in search of policy models for converging communication systems», en *Telecommunications Policy*, vol 22 n°3, Elsevier Science, Cambridge (UK), p. 171-181.

VEDEL, Thierry (1996), "Les politiques des autoroutes de l'information dans les pays industrialisés", en *Réseaux* n°78, CNET, Paris, p 11-28.