



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 2º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)  
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

## El impacto social de las nuevas tecnologías

Lic. José Manuel Luis Hortolano ©

Sociólogo

### 1.- INTRODUCCIÓN

La tecnología ya no es solamente un requisito de competitividad, está dejando de ser fundamentalmente un medio de producción para pasar a ser una mercancía, uno de los productos fundamentales del consumo de la modernidad. Esto no es casual.

Uno de los elementos determinantes en el impulso hacia la consolidación de un sistema mundo capitalista es el impacto de las nuevas tecnologías, en especial aquellas dedicadas al tratamiento de la información. Sus impactos se extienden a todos los aspectos de la vida; desde el cambio cultural, al de las organizaciones sociales (en especial al mundo de la organización de la empresa), aunque tampoco escapan a sus impactos el ámbito de la política y de las relaciones de poder.

Todo este conjunto de cambios han sido analizados desde dos perspectivas diferentes. Una de ellas trata de escrutar los impactos de las nuevas tecnologías de la información sobre el tejido social en general. Se caracterizan por considerar que el impacto va a ser -es- algo con implicaciones no sólo económicas, sino también sociales y políticas. Destilan una cierta preocupación por las consecuencias negativas que pueden acarrear y plantean la necesidad de controlar socialmente estas nuevas tecnologías. Sus enfoques van desde un estudio descriptivo sobre las consecuencias de la penetración de estas nuevas tecnologías a análisis más explicativos sobre la naturaleza profunda de las innovaciones.

Un segundo enfoque se refiere al modo como las nuevas tecnologías van a afectar al mundo de la empresa, a sus posibilidades de expansión y a su organización interna. Se caracterizan por su enfoque eminentemente técnico al aplicar el análisis a una realidad con objetivos ya definidos como lo es una empresa, obviando otro tipo de implicaciones socio-políticas. El beneficio es eje fundamental e incuestionado, y las nuevas tecnologías la vía para alcanzarlo. Forman parte, como señala A. Estevan "... del grupo social que sustenta y difunde en la etapa actual la ideología dominante. Aquí se encuentra el núcleo duro de los creyentes en la innovación y el desarrollo tecnológico como fuente de modernización, y por tanto de crecimiento cuantitativo y progreso indefinidos. Este grupo ansía disponer a corto plazo de una extensa panoplia de nuevos servicios y fantasías tecnológicas en materia de telecomunicaciones, homologables con el estándar de consumo de alta calidad y exclusividad que cree haber alcanzado en los restantes planos de su vida, tanto en el ámbito doméstico como en el ámbito profesional o laboral" (Estevan, 1992).

No obstante, hay ciertos elementos en los que coinciden la totalidad de los análisis; hay una aceleración de la innovación tecnológica cuyo ritmo de crecimiento no ha sido asimilado por la sociedad ni ha sido aprovechado por las empresas para adecuar sus estructuras organizativas a las nuevas posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información. Esta evolución a dos velocidades de la sociedad por un lado funcionando con estructuras fordistas y de la tecnología por otro, forzando el cambio de las sociedades es lo que abre un vasto campo para el análisis social de las implicaciones de las tecnologías de la información sobre la sociedad como el desarrollo del industrialismo y consumo a gran escala suscitó la preocupación por el medio ambiente al observarse un desajuste entre los ritmos de desarrollo económico y los ritmos de reciclaje de la naturaleza.

La sociedad se ve sometida a una verdadera encrucijada al intentar adaptarse al impacto de nuevos artilugios y técnicas desconocidas hace tan sólo unos años. Del mismo modo, aquellas empresas que no sepan adaptarse a la nueva coyuntura perecerán por pérdida de competitividad.

### 2.- EL BINOMIO SOCIEDAD – INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Como hemos señalado en la introducción, las nuevas tecnologías de la información están afectando cada vez más a la sociedad y a las empresas, pero queda escasamente explicada la relación que se establece entre la sociedad como generadora de las ideas y su materialización en tecnología aplicada.

Las tecnologías no surgen ex nihilo, sino que son promovidas por ciertos actores sociales. Así, los teléfonos móviles, la bolsa interactiva, Internet o la televisión por cable no son innovaciones que vayan cayendo del cielo, sino que son promovidas por empresas ligadas a altas tecnologías que luego comercializan el producto realizado. La primera característica de todas estas innovaciones tecnológicas es que son una mercancía y como tales productos generados en el seno de una empresa se conciben para atender a los segmentos de población más solventes, que suelen ser, curiosamente, otras empresas. Las tecnologías de las telecomunicaciones que han revolucionado desde los 80 el mundo de la economía financiera al facilitar enormemente la movilidad de capitales por todo el mundo son la causa que ha facilitado la internacionalización de ciertas empresas en el contexto de expansión del sistema mundo capitalista, pero también son el efecto de la propia necesidad de las empresas de trascender a los límites fiscales de los estados del bienestar mediante la desinversión en las regiones que, como Europa, mantenían una cierta presión impositiva. Esta retroalimentación positiva contextualiza el porqué las actuales tecnologías de la información no tienen porqué resolver los problemas como el subdesarrollo, la crisis del medio ambiente o la política energética.

Obviamente, estas nuevas tecnologías también suponen enormes posibilidades en su aplicación a otros ámbitos como el educativo o el sanitario. Pero su ritmo de expansión en estos aspectos es bastante más lento que en otros como la telecompra y el teletrabajo. La expansión de los teléfonos móviles y de Internet se produce como consecuencia de la necesidad empresarial de reducir costes, de interiorizar en el trabajador el horario y el espacio laboral. Es en este ámbito donde se acentúa en un principio las políticas de investigación y desarrollo, entendiendo la tecnología como una inversión que permitía reducir costes. En una segunda fase, más importante que la primera en la actualidad, esta tecnología se desarrolla ligada al ámbito del ocio, destinada a la población como elemento de consumo.

Es erróneo pensar que la tecnología en sí misma es socialmente neutral, que surja y que luego se le dé un determinado uso. Las nuevas tecnologías, en gran medida, surgen y se desarrollan para un determinado uso.

Internet cobra dimensión e importancia planetaria justamente cuando el sistema neoliberal impregna como nunca de un punto a otro del mundo. Internet es el gran vehículo para intercomunicar culturas, pero llega bajo la impronta de la cultura americana y del idioma inglés, del predominio del valor del mercado sobre todas las cosas, de la entronización del poder económico por encima de cualquier otra fuerza.

Del mismo modo, como señala A. Estevan, la expansión de las compañías telefónicas y de los sistemas telemáticos no se ha hecho atendiendo al criterio de propiciar la comunicación entre todos los humanos, de generar un mayor conocimiento entre culturas, de permitir a los pobres acceder a la información, sino que se han expandido sólo entre los sectores solventes de la sociedad porque se han generado en el seno de empresas que, como tales, buscan el beneficio.

Las ciencias de la complejidad deberían huir de estudios causales unidireccionales y apostar por enfoques más holísticos y dialécticos que enriquezcan el análisis. La nuestra es una sociedad clasista y las innovaciones surgen de y para los grupos dominantes, si no partimos de esta base estamos condenados a un análisis estéril porque nos aparecen las innovaciones tecnológicas como un a priori configurador de la realidad social, como la variable independiente sin apreciar que son los actores preponderantes de cada formación social los que generalizan cada innovación técnica si está de acuerdo a sus intereses. El invento de la pólvora se produjo en China pero se desarrolló en una Europa donde se generalizaban las guerras, del mismo modo que en el tercer mundo la tecnología avanzada que más se usa es la militar porque allí mandan los señores de la guerra.

De esta concepción de las nuevas tecnologías como algo dado se derivan las soluciones que se proponen para las desigualdades e injusticias que provocan. Estas se resumen única y exclusivamente en la formulación del principio ético de que "esto hay que cambiarlo porque es injusto". Afirmación estéril, pues no dice ni qué, ni quién, ni cuándo, ni cómo hay que cambiar. Al entender el fenómeno como un a priori descontextualizado de los actores que intervienen en su formación ocurre como cuando el niño le dice a su madre: "Mamá, me han pegado", y la madre le contesta: "Pues que no te peguen". Evidentemente, al niño le seguirán pegando porque la madre no sabe decirle de quién defenderse ni si le pegan en la calle o en la escuela, o amaneciendo o en el crepúsculo.

Un claro ejemplo de estas tesis son las afirmaciones del tipo "La tendencia de las nuevas tecnologías a generar desigualdad entre países debe ser corregida". Esta afirmación genera a renglón seguido otra serie de preguntas: ¿Cómo se van a controlar si no se controlan ni las que se producen dentro de un mismo país? ¿Quién, cuándo, dónde y cómo se deberían controlar? ¿Qué medios de control planetario del poder se pueden establecer?... Estas dudas, conforme recoge Martín Serrano en su libro, fueron ya planteadas en el Informe de Tokyo: "Se necesita encontrar un nuevo equilibrio entre los derechos individuales y las obligaciones colectivas, entre la libertad y la disciplina social, entre la eficacia económica y la justicia. Es preciso el contrapunto de la participación y la cooperación al espíritu de iniciativa y de competición"(Martín Serrano, 1982).

### **3.- NUESTRAS BIOGRAFÍAS EDITADAS POR SWIFT**

La visión general de Internet es que es cierto que no todos tienen posibilidad de acceder a la Red, pero los que sí la tienen gozan de un espacio virtual en el que todo es posible y nadie les controla. Es la posibilidad de emitir información sin prácticamente limitaciones en cuanto a su distribución.

Pero conforme señala Ignacio Ramonet, existe la tentación, cada vez más manifiesta, de los grandes mastodontes de la comunicación de apoderarse comercialmente de la red de redes. Los mercaderes se están lanzando al asalto de Internet porque ven en este nuevo medio de comunicación una fuente inagotable de provechos. Para ellos, la era ciber sucede a la era de la televisión, y, como ésta, debe generar beneficios a escala fabulosa. Así, el reciente acuerdo entre el gigante Microsoft y la cadena NBC (que pertenece a la General Electric) para crear un canal de información continua (MSNBC) difundida simultáneamente por cable y por Internet (primera boda de la computadora y la televisión) confirma la voluntad de Bill Gates de controlar comercialmente Internet. Todos los gigantes de las telecomunicaciones -AT&T, MCI, IBM-, de los medios de comunicación de masas -Time-Warner, Rupert Murdoch, CNN-, del ocio -Walt Disney- y de la publicidad, se disponen a colonizar despiadadamente el ciberespacio. Actualmente, más del 25% de todos los sitios web de Internet son comerciales (de pago) y mucho más numerosos que los de carácter sanitario, educativo y universitario. Y a escala internacional, el acceso a los servicios de Internet ya está masivamente controlado por dos firmas norteamericanas, America Online y CompuServe.

Las personas o instituciones que tengan acceso a la información de la red Swift (red de comunicación por el que circulan los grandes flujos monetarios de la burbuja económica) obtendrán más información sobre cualquier individuo que mediante cualquier otro medio de investigación anterior. Instantáneamente se le puede localizar (sabiendo dónde realizó su última operación económica), y además se tiene un perfil psicológico completo del individuo: sus gustos gastronómicos, sus gustos literarios y cinematográficos, los lugares que frecuenta, su ideología política... El ojo del gran hermano no está solamente en la pantalla de nuestro hogar, también nos observa desde la pantalla del cajero electrónico y desde el dispositivo de cobro de la panadería.

Por esta red circulan los datos de todas las cuentas bancarias del mundo. Toda transacción económica queda registrada. Queda constancia de cada pago realizado con tarjeta bancaria o de crédito, queda registrado el producto, el lugar de compra, el precio, la fecha y hora y el dinero disponible en la cuenta. El pago con tarjeta es aceptado cada vez más por su comodidad: se puede salir de casa sin dinero, hay menos peligro de robo, no hay por qué llevar a cuestas las engorrosas moneditas de los cambios..., y poco a poco el dinero-papel irá desapareciendo. La gran cantidad de datos acumulados propiciaría la posibilidad incluso de que se nos realizase la biografía más detallada que nunca se ha podido escribir.

Otro de los problemas que plantea el desarrollo de Internet sería que estaría creando una nueva desigualdad entre inferricos e infopobres. No sólo en el Norte, donde sólo una minoría dispone de computadora personal, sino sobre todo en el Sur, donde la falta de equipos mínimos marginaliza a millones de personas. Así, por ejemplo, hay más líneas telefónicas en la isla de Manhattan (Nueva York) que en toda África negra, y, como se sabe, sin teléfono conectado con la computadora no se puede acceder a Internet.

Pero nadie dude que aún a un ritmo mucho menor las poblaciones de estos países de la periferia tendrán acceso a Internet. La necesaria expansión de la mercancía "tecnología" provocará la llegada de tecnología del tipo de internet, como está llegando la televisión por cable.

#### **4.- YO SOY DEL REAL MADRID**

Otro de los efectos más importantes del consumo masivo de las nuevas tecnologías es el de dar un vuelco a las categorías tradicionales que definían la identidad social.

En el mundo occidental, las identidades sociales se habían definido tradicionalmente en función de tres ejes: la nación, la religión y la clase social. Así, los actores sociales tradicionales (movimientos populares, estados, sindicatos, partidos políticos) se articulaban fundamentalmente en torno a estas identidades colectivas.

La reproducción de estas identidades colectivas se realizaba (y en gran medida también actualmente) en medios de comunicación definidos en torno a ellas: un periódico enfocado a los laicos de centro izquierda españoles, una radio para oyentes españoles de centro derecha, una editorial para publicar libros religiosos para nacionalistas vascos...

La introducción de las tecnologías de la información vía satélite y la facilidad en las comunicaciones globales hizo que en los 80 y aún más en los 90 se expandieran periódicos y canales de carácter global, más amplio, para todas las naciones pero conservando la tipología izquierda-derecha: Le Monde Diplomatique, The Herald Tribune. Estos medios seguían articulándose sobre las categorías de identidad anteriormente citadas.

Con la llegada de Internet pero sobre todo de la televisión multicanal por satélite o por cable, el acceso a canales de información se multiplica exponencialmente. Una persona puede tener acceso a un tipo de información que antes le costaba mucho conseguir. Este esfuerzo lo hacían muy pocas personas que sólo accedían a los medios de mayor difusión. Es el caso de la información relacionada con el ocio, que anteriormente era prácticamente marginal y que ahora es primordial. De esta manera, aparecen canales televisivos exclusivamente dedicados al cine, a un determinado género e incluso a un determinado actor, dedicados exclusivamente a deporte, exclusivamente de fútbol e incluso exclusivamente al Real Madrid (canal blanco). Más

acentuado es el caso de Internet donde hay clubes amigos de un determinado formato de compresión de audio.

?Quiere decir que ésta es la primera vez que todo este tipo de información está al alcance del público en general? No, sino que lo que ocurre es que ahora es más fácil que nunca acceder a estos canales de información.

La identidad común entre los miembros de una sociedad global se refuerza porque se comparten símbolos (entendidos como acciones que provocan co-actividad y, en consecuencia, son un componente fundamental de los hechos comunicativos), valores, modos de vida que conforman una unidad de conciencia que permite establecer vínculos mucho más sólidos que los que existen con otros grupos. En la medida que estos símbolos comunes de identificación se acrecientan y generalizan pueden dar lugar a nuevos actores sociales diferentes a los clásicos.

De hecho hay ciertos grupos que informalmente ya actúan como grupos de presión. Si un club de fútbol está en crisis es raro el partido político que no acuda a plantear cierto gasto presupuestario para ir en su ayuda. Eso lo hacen porque saben que ya hay grupos de personas para las cuales el mayor o menor apoyo a ese club de fútbol va a ser decisivo en la decisión de voto. Es ya una realidad simbólica a partir de la cual desarrolla una acción política.

Al igual que han ido apareciendo partidos grises que se defienden los intereses de los ancianos, pueden ir apareciendo movimientos sociales e incluso partidos articulados sobre las nuevas identidades.

Movimientos y partidos, obviamente, muy del gusto del pensamiento único y de la teoría del fin de la historia, que no cuestionarán una situación de desigualdad social ni en el ámbito de la producción ni en el de la distribución porque la articulación de su identidad se ha formado en otro ámbito, en el del ocio.

## **BIBLIOGRAFÍA CITADA**

ESTEVA, Antonio (1992) "La sociedad, al servicio de las nuevas tecnologías" Alfoz nº 84.

MARTÍN SERRANO, Manuel (1982) Los profesionales en la sociedad capitalista. Madrid: Taurus.

\* Texto presentado en las

VI Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en

Comunicación (Valencia, abril de 1999)

### **FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

Luis Hortolano, José Manuel (1999): El impacto social de las nuevas tecnologías. Revista Latina de Comunicación Social, 24. Recuperado el x de xxxx de 200x de:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999adi/06Hortolano.html>