

Americanización de la vida diaria y Empoderamiento Comunicacional

Claudio Avendaño Ruz

Universidad Diego Portales. Chile

El título sugerido para el presente trabajo ya ofrece un punto de partida para abordar el tema. Uno de los elementos indiscutibles de cualquier acto comunicativo es que se da en un espacio sociocultural e histórico determinado. En este caso el punto de vista parte desde el Sur, es decir, de ciertas condiciones sociales y económicas que han dividido el mundo en regiones desiguales y no solo diferentes. Desde América Latina se percibe y se experimenta en forma distinta las relaciones con los estadounidenses ya que si bien es cierto son parte de América, son también «otra» América.

...la cultura es una especie de teatro en el cual se enfrentan distintas causas políticas e ideológicas. Lejos de constituir un placido rincón de convivencia armónica, la cultura puede ser un auténtico campo de batalla en el que las causas se expongan a la luz del día y entren en liza unas con otras.

Edward Said

En este contexto, americanización implica la influencia específica del modelo de vida proveniente de Estados Unidos. Otra es la situación en Europa donde se homologa lo «americano» como lo «estadounidense», en lugar de considerar a todo el resto de los habitantes del continente.

Y esta actitud no tiene solo que ver con el lenguaje, forma parte de la producción ensayística: un ejemplo de ello es el libro de Vicente Verdú «El Planeta Americano». Como las palabras no sólo son vehículos «transportadores» de representaciones, este tema ya revela una cierta diferencia para abordar la problemática propuesta.

Para una mejor comprensión del tema se ha considerado enfocar el tema desde dos puntos de vista.

En primer lugar se presentará una revisión histórica del problema en la literatura comunicacional desde la década del sesenta. Por razones de espacio no se puede extender mucho esta presentación, pero se expondrán tres «momentos» del debate: Imperialismo Cultural, NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación) y el actual período de globalización. Aunque se pueden hacer otras distinciones estos tres aspectos ilustran al menos los derroteros del tema.

Una segunda parte, propositiva, presenta algunos rasgos del Empoderamiento Comunicacional como una propuesta para entender y orientar las prácticas comunicativas y, específicamente, las educomunicativas.

1. Tesis del Imperialismo Cultural

La relación entre comunicación masiva y los estilos de vida estadounidenses han ocupado un papel central en ciertas propuestas conceptuales en la historia de nuestra disciplina en América Latina. Desde finales de los sesenta se debate la influencia de Estados Unidos en el plano cultural- mediático. Tal vez la aproximación más visible, en una perspectiva histórica, es la discusión a partir de la instalación de la Tesis del Imperialismo Cultural, tal como lo describen Beltrán y Fox (1981: 29 y 30): «Es lógico esperar que una nación que ejerce influencia económica y política sobre otros países ejerza también sobre ellos influencia cultural. Si se tratase de una influencia recíproca existiría una situación de intercambio cultural equilibrada, legítima y conveniente. Pero cuando la cultura de un país central y dominante se impone unilateralmente sobre los países periféricos que éste domina a expensas de su integridad cultural, entonces se da el caso de imperialismo cultural. Evidentemente, este último es mucho más frecuente que el primero».

En términos conceptuales este planteamiento está asociado a los estudios que desde la economía política de los medios masivos y desde los estudios semiológicos sobre la ideología se estuvieron desarrollando en la región, especialmente en Chile y Argentina, desde mediados de la década del sesenta. También contribuyen los aportes de la sociología y la economía en la formulación de la Teoría de la Dependencia.

Aunque hoy ya resulta casi anacrónico plantear el debate en esos términos, parece a la vez oportuno retomarlo por dos razones: para conocer algunos rasgos definitorios de la propuesta conceptual y para examinar ciertas ideas que erosionaron los alcances iniciales de la misma.

No obstante es necesario consignar que las condiciones históricas han cambiado y por tanto necesitamos nuevas arquitecturas teóricas que hagan inteligibles las actuales transformaciones por la «globalización».

Los sesenta y setenta estaban condicionados por el amplio marco de la guerra fría, los movimientos de emancipación y las propuestas de construcción de sociedades diferentes al estilo de desarrollo capitalista. A mediados de los sesenta el modelo del «desarrollismo» comienza a sufrir desgastes y empiezan a surgir

nuevas propuestas como la mencionada Teoría de la Dependencia que, si bien es cierto involucran en sus comienzos una mirada marcadamente socioeconómica, paulatinamente incorporan otras dimensiones como la educativa, cultural, urbanística, entre otras. Así lo expresan Cardoso y Faletto (1971: 23): «...la situación de subdesarrollo se produjo históricamente cuando la expansión del capitalismo comercial y luego del capitalismo industrial vinculó a un mismo mercado economías que, además de presentar grados diversos de diferenciación del sistema productivo, pasaron a ocupar posiciones distintas en la estructura global del sistema capitalista. De ahí que entre las economías desarrolladas y las subdesarrolladas no sólo exista una simple diferencia de etapa o de estado del sistema productivo, sino también de función o posición dentro de una misma estructura económica internacional de producción y distribución. Ello supone, por otro lado, una estructura definida de relaciones de dominación».

Esto llevo a plantear que las relación Norte-Sur, y más específicamente, Estados Unidos-América Latina, era una condición necesaria y suficiente para comprender la situación estructural de la región. En este ambiente conceptual la asimetría de las relaciones y el deterioro en los términos del intercambio conllevan factores ideológicos que legitimizan el modelo y la experiencia social. Por tanto, cualquier cambio implicaba una visión múltiple que facilitaría una mutación estructural y no solo cosmética. En estos términos se plantea, por ejemplo, la propuesta de Dorfman y Mattelart en «Para leer el Pato Donald». No obstante hay un factor no siempre visible y explicitado al respecto. Ambos autores escriben el texto a partir de las demandas que el sindicato de trabajadores de la editorial en que trabajaban les plantea. Ubiquemos el contexto. Estamos en pleno período de la Unidad Popular de Salvador Allende, nuestros autores trabajan en la editorial del Estado que, además de producir sus propias publicaciones, imprime para otras editoriales. Tal es el caso de las publicaciones de Walt Disney. Los trabajadores desean no sólo producir el material sino comprender los alcances de los contenidos de las publicaciones y por tanto solicitan generar un espacio de debate crítico al respecto de los materiales impresos. De ahí surge la motivación inicial del texto. Lo interesante del caso es que se complementan, por una parte, la reflexión y la investigación académica desarrollada por Dorfman y Mattelart desde la literatura y los estudios de comunicación respectivamente Y, por otro lado, las necesidades de ciertos sectores sociales por comprender las dinámicas comunicacionales y su papel en el proceso de construcción democrática del socialismo. En términos más amplios observamos la interrelación entre lo social y lo cultural-comunicativo, en el marco de la comprensión de los procesos simbólicos y, específicamente de lo ideológico.

Por ejemplo, según estos autores (id: 58) para Disney «...los pueblos subdesarrollados son como niños, deben ser tratados como tales, y si no aceptan esta definición de su ser, hay que bajarles los pantalones y darles una buena zorra. ¡Para que aprendan! Cuando se dice algo acerca del niño-buen-salvaje en estas revistas, el objeto que en realidad se está pensando es el pueblo marginal. La relación de hegemonía que hemos establecido entre los niños-adultos que vienen con su civilización y sus técnicas, y los niños-buenos-salvajes que aceptan esta autoridad extranjera y entregan sus riquezas... ».

En este marco societal de las relaciones Norte- Sur el debate en términos de la comunicación masiva se plantea en parte importante desde la óptica de la economía política, precisamente en la expansión de las mass media como la televisión (programas), las agencias internacionales de noticias y el cine. Además, se comienza a debatir en términos de su funcionalidad a formas de dominación extranjeras, Schiller (1976: 106) lo expresa así: «La diplomacia de cañón ha pasado a la historia, pero la diplomacia de las comunicaciones prospera plenamente en la actualidad. Hay que tener en cuenta que las excelentes oportunidades de maniobra que acompañan al establecimiento de medios de difusión masiva en una sociedad sin base industrial».

No obstante la tesis del Imperialismo Cultural recibió críticas a su formulación, ya que si bien es cierto incorporó al debate una importante área en los estudios de comunicación en aquel entonces, al mismo tiempo su arquitectura conceptual se percibía débil al menos por dos razones. Por una parte, se critica su excesivo énfasis en los factores externos del desarrollo como la acción de la alianza estadounidense Gobierno-Fuerzas Armadas-Empresas en el curso y sentido de la situación de los diferentes países, no considerando que el proceso implica la concertación con grupos y actores internos propios de cada país y de la región.

En este sentido se observa un proceso más complejo de múltiples intereses, lo que genera un sector en que concurren fuerzas económicas de origen externo e interno y el Estado, que van perfilando peculiares situaciones.

En el caso específico de la comunicación comienza el desarrollo de grupos empresariales que son emblemáticos en América Latina, como es el caso de Televisa y O Globo. Además al interior de los países comienza a crecer la industria mediática principalmente la televisión.

Una segunda crítica apunta al grado de «maduración» de la industria comunicacional en la región. En el caso de la televisión en Chile, su crecimiento y consolidación sólo se produce en la década del sesenta, con el aumento del parque de televisores en Chile y el aumento de horas de programación (Hurtado, 1989).

En estos primeros años la demanda del público se satisfacía con productos extranjeros, pero una vez que la industria logra un mayor desarrollo y se comienza a producir en el país, las preferencias de los públicos se dirigen a la producción nacional, situación que se ha marcado como tendencia en esta época de globalización (Sinclair, 2000).

No obstante, en estos tiempos el debate vuelve a plantearse en otros términos, cabe mencionar las resonancias del libro del Hardt y Negri (2002). Su tesis central - fuertemente criticada y debatida - es que el mercado de producción y distribución global está generando una nueva forma de dominación, compuesta por un conjunto de organismos supranacionales y marcos legales con la consecuente generación de una nueva forma de soberanía.

2. Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC)

En los años setenta, el debate se ve fuertemente marcado por la instalación de la problemática de las políticas de comunicación que habían propuesto dos connotados investigadores latinoamericanos como el venezolano Antonio Pascuali y el boliviano Luis Ramiro Beltrán.

Parte importante de la investigación efectuada en esta década y en parte de la siguiente estuvo acentuada por investigaciones que buscan describir los flujos de productos informativos y televisivos en el mundo. Por un lado, el trabajo de Kaarle Nordenstreng y Tapio Varis sobre los flujos mundiales de programas de televisión encuentran que, parte importante de la programación, era originada en los países del norte y que el flujo mayoritario era norte-sur.

Otros investigadores como Reyes Matta (1975) apuntaban en un sentido similar aunque estaban orientados a los productos noticiosos y particularmente a los flujos originados en las agencias de noticias. La mayoría de las agencias se encuentran en Estados Unidos y Europa generando lo que algunos llamaron la «cultura del rebote», es decir, lo que los países latinoamericanos conocían de sus vecinos - y no pocas veces de sí mismos - surgía de la mirada y los intereses de las agencias que más que «internacionales» correspondían a los países hegemónicos en el orden mundial de la Guerra Fría.

En este marco del debate se planteó el trabajo de la comisión Mac Bride y su resultado en «Un mundo muchas voces» (Mac Bride y otros, 1993), se transformó en una de las preocupaciones de la UNESCO. Como herramienta básica de las Políticas Comunicacionales, se ubicaba el rol del Estado para diseñar y ejecutar marcos de acciones nacionales que promuevan el derecho a la información y a la expresión pública de los diversos actores sociales internos.

Como es conocido, las experiencias más interesantes se dieron en Venezuela y Perú, pero especialmente en este último en que se «nacionalizaron» medios de comunicación y se entregaron a agrupaciones sindicales y sociales en el marco de la revolución velasquista.

La crisis interna de la UNESCO que finalizó con la salida de Estados Unidos y de varios países europeos, así como la ausencia de condiciones socioeconómicas que favorecieran este tipo de acciones terminó por desperfilar este tipo de debate y praxis comunicacional. Sin embargo, no hay que olvidar que en los finales de los setenta y principios de los ochenta los gobiernos militares comprendieron que los medios de comunicación son factores importantes de control social y por tanto limitaron fuertemente su acción en términos de pluralismo.

Todo este importante cuerpo de las Políticas de Comunicación eran el resultado de las críticas a la «Tesis de la libre circulación de la información» que planteaba fundamentalmente Estados Unidos. Esta postura les garantizaba por un lado la expansión de su industria mediática en diversos países del mundo y, por otra parte, aseguraba el flujo de productos simbólicos de distinto tipo que generaban importantes recursos económicos a dicho país. Al mismo tiempo favorecía la

expansión de sus puntos de vista en diversos países, algo necesario en un mundo bipolar que marcaba los conflictos mundiales.

Por lo tanto, se planteaba el NOMIC como la generación de procesos que favorecen una comunicación más pluralista al interior de los países, lo que implicaba al mismo tiempo la disminución de productos mediáticos provenientes principalmente de Estados Unidos, como una manera de favorecer la industria y la identidad cultural.

La mayor debilidad de estas propuestas fue su escaso nivel de aplicación en los distintos países, fuera de los ya nombrados, Perú y Venezuela. El resto de los países de la región vivieron este debate en términos conceptuales debido a su escasa penetración en las prácticas comunicativas.

Durante los años ochenta una parte importante de la investigación se desplaza hacia los estudios de recepción. Entienden la cultura como elemento vital para comprender los procesos comunicacionales y las mediaciones como dimensiones que facilitan el estudio de los flujos mediáticos.

Al mismo tiempo se comienza a plantear un cierto debate sobre las *Nuevas Tecnologías de la Información*, principalmente en sus dimensiones sociales y culturales y, por ende, en sus aspectos comunicacionales.

No obstante, si bien es cierto en sus comienzos el debate se planteaba en términos de las resonancias sociales de los nuevos dispositivos tecnológicos, ESPEcialmente de sus posibilidades democratizadoras o como «nuevas formas de dominación», poco a poco se abre paso una visión más compleja que se cristaliza en el planteamiento de Manuel Castells en su texto «Era de la Información».

En este caso se plantea que los cambios observados desde hace unas décadas no deben entenderse como la difusión y adopción de Tecnologías Digitales de la Información y Comunicación (TICs) sino como un proceso estructural de cambio social, lo que se denomina sociedad-red.

3. El debate en torno a la globalización

Los nuevos términos del debate en los años noventa deben comprenderse en referencia al término de la Guerra Fría, simbólicamente observado en la caída del Muro de Berlín y la consecuente creación del Nuevo Orden Mundial.

Nos interesa enfocar aquí el proceso de globalización en términos de la comprensión de las relaciones entre las dinámicas globalizadoras caracterizadas por una mayor expansión de corrientes culturales provenientes preferentemente de Estados Unidos. Esto, no obstante, la dimensión económica sea muy visible por la acción del mercado y especialmente por el desplazamiento del «fordismo» al «gatismo» en la expresión de Tremblay.

Se observa una tendencia hacia el «planeta americano», es decir, a la homogenización de los productos culturales mediáticos que ahora pueden circular con mayor facilidad por los avances derivados de las TICs. No obstante, al mismo tiempo, se generan dinámicas que favorecen lo local, condensadas en la feliz expresión de Octavio Paz «La venganza de los particularismos».

Es decir, las dos lógicas se dan al mismo tiempo como parte de un proceso: glocalización. Sin embargo, para algunos esto no se puede comprender de esta manera ya que de algún modo se han mantenido y, aún más, se han fortalecido tendencias hacia la concentración oligopólica en la industria como lo plantea Schiller. Si bien es cierto esta posición es valorable desde un determinado punto de vista, no permite explicar la totalidad ni complejidad del fenómeno.

Lo expresado es parte de la impenetrabilidad de lo global y lo local. Como lo indica Sinclair, «interacciones entre las fuerzas culturales de homogenización y la heterogeneidad son un fenómeno de interés para la teoría de la globalización cultural». No obstante, el mismo autor plantea que en este nuevo escenario concurren al menos dos elementos que complejizan la situación: por un lado, elementos regionales y nuevas agrupaciones de Estado-Nación que generan tanto nuevas formas de intercambio y producción mediática como grupos económicos poderosos en este sector industrial. Por otro lado, surgen las regiones geolingüísticas, entendiendo a éstas como un espacio virtual, trazado sobre el espacio postcolonial, y en este terreno, el castellano es un caso paradigmático.

En este nuevo escenario el desafío se manifiesta en términos no de una disputa sólo del tipo Norte-Sur, como se planteaba hace treinta o cuarenta años, por el contrario estos nuevos espacios híbridos entre lo local y lo global requieren de políticas y especialmente de acciones comunicativas y culturales tendientes a buscar el sitio que corresponde tanto a nivel de país, pero especialmente de los colectivos y grupos sociales de la sociedad civil.

Es un nuevo espacio comunicativo en que el Estado y el mercado han comenzado a perfilar alianzas y ámbitos de acción emergentes. El desafío se deberá plantear en la construcción de ámbitos comunicacionales no del tipo de autodefensa, sino más bien de proacción comunicativa que incremente las sensibilidades y su expresión en la diversidad sociocultural.

Otro de los fenómenos que ha generado debate a partir del proceso de globalización es el referente a la identidad cultural. La identidad es un proceso de construcción social dinámica y no una «esencia» inmovilizada en el tiempo. Siguiendo a Larraín, los tres elementos asociados a la identidad son: las cualidades culturales como clase y nacionalidad que en la modernidad han tenido mayor importancia en la constitución de la identidad; posesiones materiales que relacionadas con el consumo y las industrias culturales, tienden a constituir al sujeto y, en tercer lugar, la diferenciación con los «otros» como afirmación del sí mismo.

Se tiende a asociar la pérdida de influencia e importancia del estado-nación con el debilitamiento de la identidad de los países. La globalización en sus aspectos comunicacionales ha incrementado los flujos de productos mediáticos, en parte por

el desarrollo de las tecnologías digitales, lo que facilita que los sujetos reciban en sus hogares y otros espacios información en volúmenes cada vez más significativos de mensajes. Esto provocaría un mayor consumo simbólico, lo que tendería a debilitar los referentes culturales nacionales y a sustituirlos por elementos exógenos. Este debate no es nuevo, se observa frecuentemente en diversos momentos de la historia de la comunicación y la cultura.

A la base de este planteamiento existe una representación de la cultura en parte como estancos nacionales, no obstante esto no es compartido por autores como García Canclini (2001: 281) que propone una visión híbrida de los procesos culturales, aún más al interior de los sistemas sociales existen dinámicas complejas referidas a las formas de diferenciación social y sus distintas formas de apropiación cultural: «La coexistencia de estos usos contradictorios revela que las interacciones de las nuevas tecnologías con la cultura anterior las vuelve parte de un proceso mucho mayor del que ellas desencadenaron o del que manejan. Uno de esos cambios de larga data, que la intervención tecnológica vuelve más patente, es la reorganización de los vínculos entre grupos y sistemas simbólicos; los descoleccionamientos y las hibridaciones no permiten ya vincular rígidamente las clases sociales con los estratos culturales. Si bien muchas obras permanecen dentro de los circuitos minoritarios o populares para las que fueron hechas, la tendencia prevaleciente es que todos los sectores mezclen en sus gustos objetos de procedencias antes separadas».

Por otra parte, la globalización ha permitido la generación de nuevos tipos de identidad ya no necesariamente asociadas al Estado-Nación, por ejemplo, las identidades étnicas y de género han adquirido una creciente importancia y visibilidad en Europa y América Latina.

Estamos entonces frente a un proceso que parece verse como una «pérdida» de identidad, lo que también podemos asociar a la noción más amplia de «crisis de sentido» (Berger y Luckmann, 1997). Sin embargo también puede observarse el fenómeno como una posibilidad de construcción de nuevas identidades que puedan dar cuenta de las realidades sociales y culturales emergentes. La instalación del paradigma de la diversidad permite avanzar en la formulación de acciones sociales proactivas que faciliten a los sujetos y actores sociales sus propios referentes identitarios. En este campo los procesos comunicacionales y específicamente los educomunicativos tienen mucha importancia para facilitar estas dinámicas de construcción social.

La doble dinámica del acceso a nuevos productos comunicacionales y las posibilidades de generación de propuestas mediáticas por los grupos sociales, es un escenario que amerita nuevos enfoques y prácticas comunicativas que generen las condiciones para la expresión social de los sujetos y colectivos, lo que genera nuevos vínculos socioculturales que constituye una de las funciones básicas de la comunicación. El avance de las Tecnologías Digitales ha significado usos emergentes creativos, más allá de la sempiterna intención de colonización del mercado y el Estado.

4. Empoderamiento comunicacional

Después de presentar los términos del debate en una perspectiva histórica, a continuación expondremos algunos elementos de una propuesta que oriente las prácticas comunicativas, desde una perspectiva cultural en función de los cambios debidos a la globalización.

La pregunta que surge es cómo entender estos procesos y cuáles podrían ser las finalidades de los mismos.

Un primer factor que aparece casi inmediatamente es la desigualdad interior de los países y entre las naciones. En este sentido la Brecha Digital se ha planteado como factor relevante del proceso especialmente a partir de Seattle. En el centro del debate se ha planteado el problema del acceso a las Tecnologías Digitales. En este caso no se observa nada nuevo en el análisis social respecto al acceso desigual a bienes y servicios, pero se han generado distintas políticas públicas en casi todos los países: poblamiento de computadores e Internet en las escuelas; acceso gratuito a las TICs en las Bibliotecas Públicas; subvención para la adquisición familiar de equipos; ampliación de las redes telefónicas en lugares remotos y en el caso de América Latina los infocentros o telecentros. Todas estas acciones están encaminadas a facilitar el acceso universal de los distintos grupos sociales. No obstante, la Brecha Digital tiene otras dimensiones, no sólo está referida al acceso. Cada vez más se inician investigaciones y propuestas conceptuales que enfatizan los factores culturales asociados a los usos de las TICs. El aporte de Joseph Straubhaar es significativo, sus trabajos empíricos con afroamericanos e hispanoamericanos en Estados Unidos ha revelado que el género se cruza de manera distinta con lo cultural en diferentes colectivos sociales, por ejemplo, los hispanoamericanos entienden que los computadores son propios de las mujeres, ya que su trabajo es esencialmente manual y el de ellas lo asocian a trabajo de oficina o despacho. Esto indica que la Brecha Digital se asemeja a una cebolla con distintas cubiertas en que van apareciendo otros fenómenos o situaciones. En este sentido, las políticas públicas y las acciones en el ámbito de la sociedad civil tendrán que ir cambiando a medida que se generan nuevos problemas o situaciones (Castellón y Jaramillo, 2001)

La Brecha Digital tiene dimensiones socioculturales y específicamente tiene rostros distintos dependiendo del colectivo o grupo social al que nos estemos refiriendo. En este sentido, si la diversidad sociocultural es un factor clave de los tiempos actuales, tenemos que relacionarla con fenómenos propios de orden social emergente, tal como la Brecha Digital.

La diversidad es distinta a la diferenciación social que está referida a los fenómenos de estratificación y a la composición de clases sociales. La diversidad sociocultural se emparenta mucho más con los fenómenos identitarios que con las jerarquías y la desigualdad, aunque en las prácticas sociales están muy relacionadas. La diversidad la entenderemos como la tendencia hacia la constitución de referentes culturales que permitan que los sujetos interactúen socialmente, a partir de rasgos particulares que faciliten tanto distinguir la «otredad» como la «mismidad».

La diversidad como todo fenómeno cultural es esencialmente simbólico, es una construcción intersubjetiva que facilita la comprensión y orientación en el mundo y de nosotros mismos. Tiene una dimensión comunicativa en la medida que facilita la constitución de diversos sentidos mediante las negociaciones de significación, es decir, permite vincular (en el consenso o la diferencia) a los grupos y colectivos en sus realidades sociales concretas. No obstante, la praxis comunicativa es distinta según el contexto sociocultural. Es esencialmente «histórica» y, por tanto, referida a escenarios y recursos comunicacionales existentes. En el actual proceso de cambio social por la emergente Sociedad de la Información, las TICs pueden constituir un valioso recurso comunicativo que facilite el establecimiento de vínculos sociales mediante las prácticas comunicativas.

No obstante esta situación no se plantea en términos mecánicos, técnicos y/o gramaticales (hipertexto), vale decir, no se trata que en la medida en que surgan nuevas formas de comunicación el problema sea simplemente facilitar sus usos. Tampoco de una aproximación a partir de las habilidades comunicativas ya sean comprensivas, expresivas o sociales.

Las prácticas comunicativas emergentes están asociadas a un cambio estructural, por tanto a un nuevo juego de poder, significación cultural y conflictos propios de este tipo de fenómenos. La comunicación está asociada a la mayor o menor participación de ciertos grupos o colectivos sociales y, por ende, a su capacidad de influir políticamente en vistas de una mayor autonomía y aceptación de la diversidad y de sus intereses. En cierto modo aborda el elemento básico de la acción social que son los sentidos a partir de los cuales se articulan las prácticas o se ponen en cuestión los sentidos construidos. Desde esta óptica la comunicación está asociada al empoderamiento de los grupos o colectivos sociales, es necesario pensar en un Empoderamiento Comunicacional que permita a los grupos tanto su constitución y sobrevivencia como facilitar el diálogo con otros grupos o colectivos y, en un sentido más amplio, interactuar con el Estado y el mercado, los cuales tienen sus propias prácticas comunicativas en estructuración, a saber, gobierno y comercio electrónico como emblemas actuales.

Los ámbitos del empoderamiento comunicacional están referidos en primer lugar a la sociedad civil, donde existen valiosas experiencias pero también es pertinente a otros ámbitos de la ciudadanía como el sistema formal de educación. Las experiencias de introducción y familiarización de computadoras e Internet en las escuelas ya ha iniciado una segunda etapa asociada a la producción de contenidos. No obstante, los «contenidos» no son «cosas» sino construcciones simbólicas asociadas a ciertos grupos o colectivos sociales de la comunidad educativa, por tanto, es necesario facilitar que éstos puedan ejercer su derecho a comunicarse mediante la expresión de su propia «palabra». Lo mismo cabe para cualquier grupo que desee avanzar en este sentido.

En el ámbito comunicacional actual es necesario que este proceso de Empoderamiento Comunicacional que tiende a fortalecer, en una de sus dimensiones, la identidad cultural de los actores sociales considere algunos aspectos que faciliten la construcción de «mensajes» en el actual escenario comunicacional poblado por las Tecnologías Digitales. No esta de más insistir que

los sujetos y los agrupamientos sociales desarrollan sus prácticas comunicativas en ambientes culturalmente situados en un determinado contexto social.

- Infoalfabetización: las tecnologías digitales como todo recurso comunicativo no son simplemente vehículos para enviar y recibir diferentes «mensajes». Las computadoras requieren una cierta familiarización en su uso que requiere la capacitación en ciertos grupos. Pero implica, además, conocer el nuevo lenguaje del hipertexto y su lógica no lineal. Esto es lo básico tanto para comprender las nuevas herramientas comunicativas como para la producción de «contenidos».
- Producción-expresión: Parafraseando a Mario Kaplún que proponía que no hay aprendizaje sin expresión, podemos decir que no hay comunicación sin expresión. Es necesario desplazarse de interactuados e interactuantes, en los términos de Manuel Castells. Obviamente esto implica además de conocer la gramática del hipertexto, sino también manejar criterios comunicacionales, estéticos, éticos que faciliten productos de «calidad». La comunicación no es solo contenido sino también continente.
- Criticidad: La comprensión crítica del entorno y de sí mismo, es decir, superando los lugares comunes que han colonizado los espacios públicos, facilita la propia expresión ya que significa observar y crear desde nuestra identidad y por tanto desde nuestros puntos de vista. No obstante es necesario alejarse de los fundamentalismos e integristas fáciles, para comprender la identidad como un proceso de permanente construcción y no de una «esencia» a la que debemos servir imperecederamente.

Todos sentimos una vida interior. Todos sentimos que formamos parte del mundo y que, sin embargo, vivimos exiliados de él. Todos ardemos en las llamas de nuestra propia existencia. Necesitamos palabras para expresar lo que hay dentro de nosotros...

Paul Auster

Bibliografía

AUSTER, P. (2002): *Creía que mi padre era Dios*. Buenos Aires, Anagrama.

BERGER, P. y LUCKMANN, Th. (1997): *Modernidad, pluralismo y crisis del sentido*. Barcelona, Paidós.

BELTRÁN, L. y DE CARDONA, E. (1981): *Comunicación dominada*. México, Nueva imagen.

CARDOSO, F. y FALETTO, E. (1971): *Dependencia y desarrollo en América Latina*. México, Siglo XXI.

CASTELLÓN, L. y JARAMILLO, O. (2001): «Las múltiples dimensiones de la Brecha Digital», en *Reflexiones académicas*, 13; 11-31.

CASTELLS, M. (1998): *La era de la información*. Barcelona, Alianza.

- DORFMAN, A. y MATTELART, A. (1973): *Para leer el Pato Donald*. Valparaíso, Ediciones Universitarias.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2001): *Culturas híbridas*. Buenos Aires, Paidós.
- HARDT, M. y NEGRI, A. (2002): *Imperio*. Buenos Aires, Paidós.
- HURTADO, M.L. (1989): *Historia de la televisión chilena (1958-1973)*. Santiago de Chile, Documentas-CENECA.
- LARRAÍN, J. (2001): *La identidad chilena*. Santiago de Chile, LOM.
- MAC BRIDE, S. (1993): *Un solo mundo, voces múltiples*. México, Fondo de Cultura Económico.
- NORDENSTRENG, K. y VARIS, T. (1974): *¿Circula la televisión en un solo sentido?* París, UNESCO.
- REYES, F. (1978): *La noticia internacional*. Santiago, ILET.
- SAID, E. (1996): *Cultura e imperialismo*. Barcelona, Anagrama.
- SCHILLER, H. (1976): *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Barcelona, Gustavo Gili.
- SCHILLER, H. (1997): *Aviso para navegantes*. Barcelona, Icaria.
- SINCLAIR, J. (2000): *Televisión, comunicación global y regionalización*. Barcelona, Gedisa.
- STRAUBHAAR, J. y otros (2000): *The Role of Public Access Centres in the «Digital Divide»*. Conferencia de la ICA (Acapulco).
- TREMBLAY, G. (1997): «La sociedad de la información, entre Ford y Bill Gates», en *Reflexiones Académicas*, 9; 127-152.
- VERDÚ, V. (1999): *El planeta americano*. Barcelona, Anagrama.