

T
873

 XEROXED SERVICES OF INFORMATION
4 874 1 17

81184



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

NUEVOS MEDIOS EN LA POLÍTICA:
LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN
EN EL PROCESO ELECTORAL FEDERAL MEXICANO
DE 2006. EL CASO DE LAS PÁGINAS ELECTRÓNICAS: PAN Y PRI.

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN COMUNICACIÓN Y POLÍTICA
P R E S E N T A :
SANDRA FLORES GUEVARA

DIRECTOR DE TESIS: LUÍS A. RAZGADO FLORES

CIUDAD DE MÉXICO, D.F. ENERO DE 2007

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Autónoma Metropolitana por tener sus puertas abiertas al tiempo....

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por la beca otorgada.

A la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo por fomentar entre los académicos que laboramos ahí, la formación permanente. Gracias Maestro Adolfo Pontigo Loyola. Gracias Mauricio Ortiz Roche

A los maestros que compartieron conocimiento y experiencia durante la maestría: Carmen de la Peza, Margarita Zires, Silvia Gutiérrez, Lourdes Berruecos y de manera muy especial a Raymundo Mier quien merece todo mi reconocimiento y admiración.

A Luis Razgado Flores por la paciencia, tiempo y dedicación para la realización de este trabajo.

EN ESPECIAL:

A Maty por estar ahí.....

A Mara por existir y el tiempo.....

A Toña por lo no leído.....

A Ramón por compartir, por la paciencia y por dar sentido.....

A mis nuevas y estimadas amigas Yael y Minerva por las gratas experiencias....

A los lectores de este trabajo: Daniel Carrasco y Silvia Gutiérrez Vidrio

Y a muchas personas que siempre me han alentado a seguir caminos distintos.

Gracias: Alejandro Wong

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1 DEL ESPACIO PÚBLICO Y LA COMUNICACIÓN POLÍTICA	5
1.1 El Espacio público	5
1.2 Posturas teóricas: la re-configuración del espacio público	6
1.3 Entre la opinión y la publicidad; la esfera pública	7
1.4 Comunicación política	8
1.5 Perspectivas teóricas: la comunicación política	9
1.6 Objeto de estudio	13
1.7 Un campo de estudio formal: la comunicación política	15
1.8 Democracia - medios de comunicación	19
1.9 Dualismo contemporáneo: medios de comunicación y política	22
CAPITULO 2 NUEVOS MEDIOS- NUEVOS MODOS	25
2.1 Medios de comunicación como nueva tecnología	25
2.2 Impacto de las nuevas tecnologías	27
2.3 La nueva era de la comunicación	29
2.4 Sociedad de la información	32
2.5 Nueva apreciación: Hipertexto	37
2.6 Posturas teóricas: Intertextualidad	39
2.6.1 El otro texto: texto virtual	40
2.6.2 Protocolos de significado	41
CAPITULO 3 INTERNET: LA AUTOPISTA DE LA INFORMACIÓN	44
3.1 La historia comienza	44
3.2 Es una realidad: Internet en México	45
3.3 Cifras, datos y porcentajes	46
3.4 La revolución Internet impacta en los medios de comunicación	47
3.4.1 ¿Nuevo Canal de Comunicación?	48
3.4.2 El sistema multimedia	55
CAPITULO 4 LA TECNOPOLÍTICA	57
4.1 El papel de la tecnología moderna y la política	57
4.2 Gobiernos y nuevas tecnologías	60
4.3 Internet en momentos electorales	63
4.4 Internet en los procesos electorales mexicanos	65
CAPITULO 5 DEMOCRACIA, PROCESOS ELECTORALES Y ELECCIONES EN MÉXICO	71
5.1 Democracia hoy	71
5.2 ¿Cómo definimos a la democracia?	72
5.3 Democracia en América Latina	74
5.4 México, procesos democráticos	75
5.4.1 Las reformas electorales de nuestro país	77
5.4.2 La transición mexicana	77
5.4.3 Procesos electorales	80

5.4.4 Elecciones, la importancia y su función	81
5.5 Partidos políticos en México	82
5.5 El proceso electoral de 2006 en México	85
5.5.1 El contexto	86
5.5.2 La jornada electoral	86
5.5.3 Los candidatos	90
CAPÍTULO 6 DESCRIPCIÓN PÁGINAS WEB	94
6.1 Semiótica, el punto de partida	94
6.2 El método	97
6.3 La propuesta de Georges Péninou	98
6.4 El método Baraduc	99
6.5 La propuesta de A. Carreto	99
6.6 La fuerza del color	101
6.7 La descripción	102
CONCLUSIONES	111
BIBLIOGRAFÍA	116

INTRODUCCIÓN

A partir de que la comunicación política se consolida como campo de estudio, se empiezan a involucrar una multiplicidad de temas variados en el ámbito de la comunicación como en el de la política se generan diversas áreas de estudio. Dentro del terreno de la comunicación nos encontramos con el tema de las denominadas *Nuevas Tecnologías de la Comunicación*, área que ha sido explorada ampliamente a partir de su concepción como *Nuevas*; el acercamiento hacia tal campo tiene que ver con su explicación técnica y teórica pues quienes han desarrollado dicho tema parten de presentar la evolución histórica de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones TIC, en su corta andadura de menos de 40 años.

Vivimos en un periodo de transición donde se producen profundos cambios económicos y tecnológicos en el ámbito mundial, con consecuencias sociales, políticas y laborales de largo alcance. De hecho algunos teóricos aseveran en sus investigaciones que las Nuevas Tecnologías están alterando y pueden alterar aún más las relaciones entre gobiernos y ciudadanos, además señalan que estamos viviendo una nueva era tecnológica.

Hoy en día la sociedad se caracteriza por poseer abundantes flujos de información. Tal panorama se encuentra poblado de imágenes, iconos, figuras que provienen de diversas latitudes y que obligan a una resemantización de diálogos, de percepciones, del sí mismo, de conocimientos, y que señalan que ya no alcanzan los conocimientos que poseíamos de antaño y del entorno inmediato.

Se puede observar a través de otros estudios como los seres humanos han sido siempre artífices de las Nuevas Tecnologías o agentes dinámicos de su propio lenguaje, desde la tradición oral a la Internet donde se ha tratado de explicar y de comprender como hombres y mujeres se comunican, transmiten conocimientos, cómo cambia su entorno, y cómo se cambian a sí mismos. A lo largo del siglo XIX se ha considerado como un fenómeno el uso e implantación de las nuevas tecnologías, colocándose dentro de un nivel imprescindible y relevante para el quehacer cotidiano por lo que hoy denominamos a la sociedad en la que vivimos como una *Sociedad de la Información* en amplitud, donde los medios de comunicación y la escuela cumplen el cometido de transmitir información y formar opinión pública, de manera que se extiende el campo ideológico y político mediante los procesos democráticos.

En la Sociedad de la Información encontraremos una abundancia de contenidos justamente por la propagación de la Internet, posibilidades de comunicación y de intercambio entre personas de todo el mundo. La época es – de la gran velocidad y de la intensidad de los cambios- donde la información y la comunicación se han constituido en los bienes más preciados.

Un exponente paradigmático de las Nuevas Tecnologías es la Internet o la red de redes de computadoras conectadas entre sí a través del mundo, la cual ofrece servicios de comunicación: el correo electrónico, las teleconferencias, los bancos de datos, los boletines electrónicos y especialmente –por la multiplicación actual- de la posibilidad de ofrecer información al conjunto de la red, o las páginas (electrónicas) WEB. De tal manera que, según datos presentados por algunas investigaciones Internet se ha convertido en un sistema descentralizado, horizontal que puede movilizar cualquier cantidad de información, de manera bi o multidireccional y con un gran potencial para la interactividad; los críticos de Internet y los reportajes de los medios de comunicación, basándose a veces en estudios realizados por investigadores y académicos, defienden la idea de que la expansión de Internet está conduciendo hacia un aislamiento social y una ruptura de la comunicación social y la vida familiar, porque los individuos se refugian en el anonimato y practican una sociabilidad aleatoria, abandonando la interacción personal cara a cara en espacios reales.

Como toda nueva tecnología, y según el desarrollo de las investigaciones, Internet esta considerándose por los analistas como una creación cultural, puesto que con referencia a ciertas propuestas de investigación, refleja los principios y valores de sus inventores, que también fueron sus primeros usuarios y experimentadores.

Un ámbito más que ha sido abordado desde las Nuevas Tecnologías, ya que surgió a partir de las propuestas de los gobiernos de algunos países fue el de implantar el voto electrónico, de manera que académicos de

universidades españolas, consideran tal situación para convertirse en objeto de estudio; lo que lleva a plantear que las votaciones a través de Internet ocupan el tema de atención de políticos y periodistas tras la aprobación de la creación de una comisión de estudio del voto electrónico. De esta manera se dice una vez más, que se pretende así, situar a España a la cabeza de las iniciativas comunitarias en el ámbito de la nueva Sociedad de la Información, como abanderada de la democracia electrónica. Al margen de demagogias y oportunismos, todos los políticos y analistas coinciden en señalar que la mayor preocupación que suscita el voto electrónico es la seguridad. Los sistemas de votación a través de Internet constituyen una de las aplicaciones más complejas que se han propuesto hasta la fecha en el contexto de las Nuevas Tecnologías. Sus retos, tanto desde un punto de vista técnico como sociopolítico, son difíciles de solucionar y todavía ninguna empresa ni gobierno ha encontrado la piedra filosofal que los resuelva de manera completa y cerrada.

Existen recientes investigaciones que dentro del ámbito mexicano y latinoamericano presentan el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación Electrónica en el marco de la globalización más reciente y desde una perspectiva latinoamericana. Si bien la participación de nuestros países resulta aún incipiente en la comunicación por redes -y precisamente por eso- nos parece que se está haciendo muy lenta la creación de políticas nacionales de capacitación, equipamiento y aprovechamiento de los recursos informáticos. De lo que se tiene conocimiento acerca de las Nuevas Tecnologías y los procesos electorales es que la tecnología es esencial para conducir elecciones. Se utiliza en cada etapa del proceso electoral, por ejemplo, para integrar las listas de electores, trazar las divisiones electorales, reclutar y capacitar al personal, imprimir las papeletas, conducir campañas de educación electoral y publicar los resultados de las elecciones. La aplicación apropiada de la tecnología a las elecciones puede incrementar la eficiencia administrativa, reducir los costos a largo plazo y fortalecer la transparencia política.

Sin embargo, no se ha tomado en cuenta las nuevas formas o adecuaciones que se ha hecho de las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación desde la política, y a pesar de que se ha observado que todo proceso político está directamente relacionado con los medios de comunicación, no se ha detallado sobre el actuar de las Nuevas Tecnologías –en éste caso del Internet y de las páginas electrónicas web- en un proceso tan importante como son las elecciones federales que se efectuaron el pasado 2 de julio de 2006 en nuestro país.

De ahí la importancia del presente reporte de investigación; pues independientemente de que las tecnologías utilizadas en las elecciones, así como refiere Phil Green pueden ser “viejas” como las imprentas, los bolígrafos, las máquinas de escribir, las calculadoras electrónicas y los radios, o “nuevas” como las computadoras, los escaners ópticos, los mapas digitales e Internet. Sin acceso a tecnología, la logística de las elecciones modernas a gran escala estaría más allá de nuestras capacidades. La complejidad de la tecnología utilizada en las elecciones alrededor del mundo varía significativamente. Los niveles de cambio tecnológico son tan veloces que los organismos electorales deben revalorar continuamente el uso de tecnologías para determinar si deben adoptar nuevas tecnologías o actualizar las existentes para mejorar su desempeño.

Desde tal perspectiva, la problemática que interesa abordar, la inserción de los nuevos medios de comunicación -Internet- en la política, indagar cómo las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, específicamente las páginas electrónicas WEB se convierten en un recurso más de información y difusión para quienes contienden a un puesto político, de ahí la importancia de saber qué elementos icónicos y conceptuales son usados en la nueva opción comunicativa.

En el proyecto inicial de investigación, se plantearon algunas preguntas; las cuales, se espera, puedan tener contestación al final del presente trabajo, dichos cuestionamientos se centraron en conocer cuál es el papel y sus implicaciones de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación “Internet” páginas electrónicas WEB dentro de un proceso electoral; así como, tener una mirada sobre los contenidos y elementos icónicos de los medios de comunicación tradicionales y las páginas electrónicas que se retomaron en este reporte de investigación.

Se partió de la conjetura de que los nuevos medios de comunicación e información en la política plantean modalidades y formas diversas de comunicación, generando nuevas posibilidades comunicativas que no se ha

explotado en su totalidad. Por lo tanto, es la intención de este reporte de investigación conocer cómo los Nuevos Medios de Comunicación se insertan en los procesos político-electorales, como ya se mencionó anteriormente se observará el desempeño de las páginas electrónicas web en las recientes elecciones federales de México –julio de 2006-. Del mismo modo podremos observar cómo el Internet, una Nueva Tecnología de la Información y de la Comunicación a través de las páginas web de quienes contendieron a la presidencia de la república se insertaron en éste aparente nuevo medio de comunicación generó nuevos modos de apreciar y nuevas producciones de sentido con referencia a la política. Siendo las páginas electrónicas web nuestro objeto de análisis conoceremos cómo se integran en la arena política y cuáles son sus elementos icónicos y de contenido, así observaremos cómo se usa éste nuevo medio; no siendo así, un análisis semiótico formal, pues no es la intención del presente.

Con el fin de cumplir con la intención de esta investigación se plantean en una primera parte y en cuatro capítulos todo un sustento teórico que nos permitirá entender desde la transformación del espacio público pasando por los procesos democráticos y hasta la implementación de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación en el ámbito de la política, especialmente en los procesos electorales el uso y adecuación de ellas.

Por ello, en el primer capítulo de este reporte se hace una presentación y acercamiento a las diferentes posturas de la transformación del espacio público y desde tal óptica se realiza una mirada hacia las esferas públicas y la opinión pública; cada uno de estos aspectos se aborda desde el campo de la comunicación política, por lo tanto también se presenta una revisión de los aportes teóricos sobre dicho campo. Al mismo tiempo se hace referencia de los temas desarrollados a lo largo de la historia de la investigación en tal campo y de los aportes más destacados, el capítulo cierra con el tema de la democracia centrada en los medios, y es aquí donde los conceptos y aportes desde distintos panoramas dan pie al siguiente capítulo.

Es en el segundo capítulo donde se permite un espacio aparentemente fuera de lugar -por la generalidad del objeto de estudio-, al tema de la democracia, pero creímos pertinente desarrollarlo pues el tema, la forma de entender a la democracia, cómo se mira en nuestro país y cómo es que se ha involucrado desde distintas vertientes con las sociedades -teniendo en cuenta que con los medios de comunicación juega un papel importante- quisimos presentar éste capítulo dando a conocer el concepto de democracia, los procesos democráticos en nuestro país y la relación con los partidos políticos.

El tercer capítulo nos empieza a acercar a nuestro objeto de estudio, pues relata la forma en cómo los medios de comunicación se inmiscuyen en el ámbito de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, cuál es el impacto en nuestra sociedad y a su vez cómo ésta se ve transformada por su recurrente uso y por los nuevos modos en los que tenemos acceso a la información.

En el cuarto capítulo se hace mención de cómo uno de estos nuevos modos o herramienta para comunicarnos está ubicado en el ámbito de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación; es la plataforma Internet, por lo tanto en este apartado conoceremos cómo es que llegó al país, así mismo se conocen cifras, datos, porcentajes y cómo es que el uso de este recurso ha revolucionado y se ha implementado a grandes velocidades en nuestra sociedad.

A partir del quinto capítulo se desarrolla la segunda parte del reporte de investigación, pues es donde se hace una conjunción de conceptos, los cuales tienen que ver con las Nuevas Tecnologías y con la arena política, observaremos el papel de la tecnología moderna en los gobiernos y los procesos políticos, además se conocerá cómo el Internet ha venido involucrándose desde diferentes ópticas y en distintos aspectos de la política.

El capítulo seis refiere el contexto del proceso político más importante de un país, las elecciones federales de julio de 2006, donde se eligió al presidente de la república, dicho capítulo contiene información sobre la jornada electoral de ese día, el sentir de nuestro país y el juego de los medios de comunicación; así también un perfil de cada uno de los candidatos de los partidos políticos de mayor representatividad en México; están ahí referidos,

pues de cada uno de ellos se conocerá la página web que se utilizó para publicitar actividades e información en general de su plataforma política durante el proceso electoral.

El capítulo siete deja ver en modo descriptivo, cada una de las páginas web de los candidatos presidenciales, cada uno de sus elementos icónicos. Se han retomado algunos autores que se dedican a realizar esquemas de análisis semióticos-publicitarios, dichas pautas nos permitirán conocer en que forma se han involucrado las Nuevas Tecnologías de la Comunicación y cómo han jugado un papel preponderante en éste proceso tan importante e histórico para nuestro país. Anexos y bibliografía encontraremos al final de éste reporte de investigación.

Cabe señalar que nuestro trabajo conserva miras hacia un posterior desarrollo mucho más amplio y detallado en el que se involucrarán otros aspectos partiendo desde la Política, pasando por las Nuevas Tecnologías de la Comunicación –partiendo desde el concepto de la técnica-, así como también de la Semiótica y de la Producción de Sentido, pues a lo largo de toda ésta búsqueda he encontrado nuevos campos de abordaje en la investigación y que han despertado interés por desarrollarlos.

CAPÍTULO 1 DEL ESPACIO PÚBLICO Y LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

La intención del presente capítulo es dar a conocer la forma en la que se ha venido concibiendo, transformando y a la vez incorporando en el espacio público nuevos elementos que permiten miradas de reconocimiento y de entendimiento del mismo; por ello, se retoman algunas posturas teóricas que dan cuenta de dichas transformaciones; de ahí la intención por retomar a los medios de comunicación, pues ellos intervienen de manera sustancial, generando un nuevo curso de la arena política, los campos de investigación y los procesos comunicativos, originando en la comunicación política la intervención de nuevas herramientas comunicativas.

Las nuevas herramientas de comunicación han sido identificadas como Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación, como veremos en el presente capítulo el panorama de investigación hacia éstas es escaso y en nuestro país aún más, por ello el interés de dar cuenta de cómo las NTIC se relacionan con los procesos políticos, generando nuevas alternativas de comunicación, convirtiéndose así en un nuevo espacio público y de ésta manera proporcionando un sentido distinto al mismo, así se permite el reconocimiento de innovadores aspectos de indagación en el campo de la investigación.

A partir de la revisión de las distintas propuestas de investigación de variados autores, se presenta una aproximación teórica conceptual que permite un panorama teórico en el que se desenvuelve este reporte de investigación. Por lo tanto se presentan ciertas formas en cómo se entiende y se explica desde la comunicación política y sus variados campos de abordaje de estudio, la forma en la que se ha retomado el tema de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Es preciso señalar que en nuestro país el espacio de investigación en este aspecto de estudio es escaso y limitado; sin embargo aquí se intenta mencionar a quienes se han interesado en tal.

1.1 El Espacio Público

"El *espacio público* es, un reflejo de las voluntades políticas, del tejido social, de las dinámicas culturales y del contexto económico, así como de la reorganización y la expansión de nuestras ciudades. En un tiempo definido por el final de las ideologías, al que se une la inhabilidad de los poderes políticos y religiosos para definir la noción de "público", el espacio público se ha transformado en un ámbito de consumo. De ser un lugar específico de experiencia democrática, el espacio público ha pasado a ser un lugar de conexión de usos y funciones diferentes. El concepto de esfera pública, una noción más amplia que la de espacio público, va más allá de las distinciones físicas entre los entornos público y privado en el que las actividades y las experiencias de los seres humanos se desarrollan"¹.

Así, la disolución entre público y privado se hace mucho más evidente ahora cuando en la definición de la noción espacial intervienen las tecnologías de la comunicación y la información. En este contexto, la idea de "lugar" se convierte en un concepto precario y la esfera pública se transforma en un punto de comunicación hecho de imágenes y representaciones, fijados en el tiempo y en el espacio por las pantallas y, cada vez más, relacionados con "lo real" y la vida cotidiana.

El "espacio público", que con mucho desborda el campo de interacción definido por la comunicación política, es - en sentido lato- el marco mediático gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades pos-industriales es capaz de presentar a un "público" los múltiples aspectos de la vida social. Cabe señalar aquí, que por "mediático" se entiende lo que mediatiza la comunicación de las sociedades consigo mismas y entre sí.

Es pertinente en este punto mencionar, que las nuevas tecnologías de la comunicación hoy en día se convierten en la herramienta de deliberación o manifestación respecto de temas de interés colectivo y trasciende desde el

¹ Badia. Montse. Hablando de espacio público en la muestra "Revolving Doors". Disponible en www.fundacion.telefonica.com

momento en que esa manifestación parcial de la opinión se ve reflejada y difundida a un público más amplio, virtualmente indefinido, en este caso y para los fines de este trabajo, observar la inserción de tales tecnologías (Internet -páginas web de los candidatos a la presidencia de la república-), partícipes del espacio público. De manera que el concepto de "público", por consiguiente, es aquí un elemento importante para la definición de los nuevos espacios públicos.

Es entonces, como el "público" del que se trata y al que va dirigido el mensaje no se ve limitado en absoluto a un solo sector, sino más bien se trata de observar a todos los que son capaces de percibir y comprender los mensajes difundidos. Como lo señala Jean Marc Ferry(1998) el "público" es, virtualmente toda la humanidad y, de un modo correlativo, el "espacio público" es el medio en el cual la humanidad se entrega a si misma como espectáculo. Y por cierto, como bien lo refiere el autor, puede suscitar una mala interpretación, pues el espacio público no reduce sus sentidos a la imagen y a la palabra espectaculares: que lo componen también elementos del discurso, del comentario, de la discusión, con los más "racionales" fines de la eludación. Por lo tanto, "el espacio público se deberá entender, se podrá entender como un medio privilegiado para la formación de una identidad colectiva mediante la apropiación de la historia"².

1.2 Posturas Teóricas: la re-configuración del espacio público

Thompson (2002), señala que la dicotomía³ público-privado puede remontarse a los debates filosóficos de la Grecia clásica y a los primeros desarrollos de la ley romana, de acuerdo, con la primera dicotomía público-privado se refiere, por una parte, a la distinción entre el campo del poder político institucionalizado que cada vez se depositó más en manos de un Estado soberano y, por el otro, a relaciones personales que quedaban fuera del control directo del Estado. Por supuesto, esta distinción general nunca fue rígida ni definida con claridad. Por su parte, Germani (1995) señala las diferentes formas en que el espacio público puede asumir y relativamente revestir a las diversas culturas. Germani⁴ retoma a Marx quien decía que cada clase social tiene su propia visión del mundo. La posición dentro de la estructura de producción, el momento histórico, determinan el tipo de pensamiento y de ideología que expresará cada individuo por tendencia natural.

La postura de Hannah Arendt (1995) sobre la esfera pública y la privada, esta desarrollada en su libro: *La Condición Humana*, quien dice que las condiciones que permiten entender la política en el siglo XXI se contagian de ciertos elementos que resultan del ordenamiento social alrededor de conceptualizaciones surgidas con la modernidad en torno al paradigma de la productividad y que terminan por manifestarse en el funcionamiento de la esfera pública⁵.

Arendt⁶ indica que la evidencia de que se ha gestado una transformación en las esferas de lo público y lo privado en nuestra sociedad se encuentra en que el consumo que en principio estaba ligado al ámbito de la vida privada ahora penetra y resignifica lo público. En consecuencia al ciudadano se le da un trato de consumidor sin solventar la inequidad y desigualdad real política, económica y social que existe en la sociedad. Una vez más, podemos observar la forma en que las nuevas tecnologías de la comunicación se insertan en este ámbito, pues son parte del espacio público y son generadoras de consumo, uso y desarrollo de la sociedad, son utilizadas por instituciones y consiguen alcanzar objetivos planteados por las mismas. El ejemplo palpable de tales momentos de uso de las nuevas tecnologías en el espacio público y con las intensiones del privado, es con las páginas web de los candidatos en las elecciones de 2006 su inserción en la arena política y cercana a quienes tienen el acceso a tales modos de comunicación.

2 Ibid pág. 20

3 Thompson, John B. *Ideología y cultura moderna*. Universidad Nacional Autónoma de México. México, 2002

4 Germani. en Dader García, J.L. *El periodista en el espacio público*. Gedisa. España, 1995

5 Arendt, Hannah. "La esfera pública y la privada". Cap.2. en: *La Condición Humana*. Paidós. 1995

6 Ibid. pp 89-109

1.3 Entre la opinión y la publicidad; la esfera pública

Después de tener un panorama básico-teórico de quienes se han centrado en desarrollar posturas sobre la reconfiguración del espacio público y tomando en cuenta cómo los medios de comunicación y en este caso las nuevas tecnologías se insertan en dicho ámbito, es necesario señalar la forma en que se empezó a originar tal introducción, pues la formación inicial de la “esfera pública burguesa” explicada por Habermas (1981) como “la aparición de aquella instancia mediante la cual el interés público de la esfera privada en la sociedad burguesa deja de ser percibido exclusivamente por la autoridad y comienza a ser tomado en consideración como algo propio por los súbditos mismos”⁷. Lo que emerge en la esfera pública es un nuevo modo de asociación no vertical —como el que se forma desde el Estado— y del que hacen parte originariamente sólo los que tienen instrucción y propiedad. Condición que lastrará a futuro esa esfera, no será capaz de resolver el dilema que entraña: la traducción de la voluntad general en razón universal no hará sino traducir el interés general en argumentos privados identificando el espacio político con el espacio público burgués.

Un siglo después la esfera pública es redefinida por la presencia de las masas urbanas en la escena social, cuya visibilidad remite a la transformación de la política que, de un asunto de Estado, pasa a convertirse en «esfera de la comunidad, la esfera de los asuntos generales del pueblo. De otro lado, la visibilidad política de las masas va a responder también a la formación de una cultura-popular-de-masa: los dispositivos de la *massmediación* articulan los movimientos de lo público a las tecnologías de la fábrica y del periódico, al mismo tiempo que la aparición de la rotativa, gracias a la cual se amplía el número de ejemplares impresos, abarata los costos y reorienta la prensa hacia el gran público.

Hoy en día las nuevas tecnologías de la comunicación permiten el enlace global y desarrollo de la información, permitiendo que se tenga alcance sobre cualquier tipo de información; de ahí que los partidos políticos opten por su uso, de manera que las páginas web colocadas en la red para que los candidatos a una representación popular cuenten con una herramienta más, pues con su uso la difusión de su plataforma política, agenda, boletines, imágenes, y hasta establecer contacto directo con el candidato, generen una nueva idea de comunicación y de producción de sentido sobre un acontecimiento cotidiano.

De ahí, que en el sentido habermasiano, la publicidad va a conectar entonces dos discursos. El de la prensa y la difusión de información que ensambla lo privado en lo público a través del debate entre las ideologías y la lucha por la hegemonía cultural; y el de la propaganda comercial que toma de interés público las intenciones y los intereses privados.

La figura más plenamente comunicacional de lo público es la opinión pública. Ésta es entendida originariamente como la acción que se oponía a la práctica del secreto, propia del Estado absolutista, y será después el principio de la crítica como derecho del público a debatir las decisiones políticas, esto es el debate ciudadano: espacio de articulación entre la sociedad civil y la sociedad política, entre conflicto y consenso. Ya a mediados del siglo XIX, Tocqueville (1950) introduce otra versión de la opinión pública⁸, la voluntad de las mayorías, relegando a un segundo plano la libertad individual de los ciudadanos, con todo lo que ello implicará de contradicciones para una democracia en la que lo cuantitativo pesará siempre más que lo cualitativo.

Una postura más es la de Gabriel Tarde (1991) quien reubica la idea de opinión pública en el ámbito de la comunicación al analizar el cruce de la transformación de las creencias de la muchedumbre en opinión política y el desarrollo del medio en que ésta se expresa, y menciona a la prensa. Lo que interesa a Tarde es el nuevo tipo de colectividad que emerge —el público— como efecto psicológico de la difusión de la opinión. Hoy entendiéndose como la producción de sentido⁹.

7 Habermas, J. *Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gili. Barcelona, 1981

8 De Tocqueville, *De la démocratie en Amérique*. Gallimard. Paris, Francia, 1950

9 Tarde, Gabriel. *L'Opinion et la Foule*. Alcan. Paris, Francia, 1991.

Ese efecto puede ser entendido como el desplazamiento de la legitimidad de lo político desde afuera hacia dentro, el momento en que los medios, las nuevas tecnologías de la comunicación toman fuerza. Y es en este sentido donde Habermas observa el punto de sutura de aquella "esfera pública que surgió con la entrada en la política de las masas de desposeídos: la desprivatización radical de esa esfera ha ido destruyendo las bases de la publicidad burguesa, de esa manera se fueron borrando los linderos entre Estado y sociedad"¹⁰. La recomposición de la hegemonía acabó arruinando la vieja base de lo público sin dotarla de una nueva

La postura de J. Baudrillard (1978), tiene que ver con la implosión de lo social en la masa y el fin de lo político. No es posible hablar en su nombre, el de las masas, no son una instancia a la que nadie pueda referirse como en otro tiempo a la clase o al pueblo. Sin los radicalismos de Baudrillard, la reflexión de R. Sennet sobre "el declive del hombre público acaba con otra proclama: el espacio público es un área de paso, no de permanencia"¹¹.

La opinión pública que los medios fabrican con sus encuestas y sondeos tienen así cada vez menos de debate y crítica ciudadana y observamos en ella un cúmulo de reflejos y a su vez más simulacro, hoy vemos una sociedad sondeada, sometida a un montón de sondeos diarios, la sociedad civil, pierde su heterogeneidad y su espesor conflictivo para reducirse a una existencia estadística. Y el vacío social de la representación facilitará la asimilación del discurso político al modelo de comunicación hegemónico, esto es, el que han propuesto a lo largo de la historia mediática la televisión y la publicidad; actualmente lo podemos observar claramente en las nuevas tecnologías de la comunicación.

1.4 Comunicación política

Desde la concepción teórica del espacio público y la relación que puede existir entre medios de comunicación, espacio y arenas políticas se debe hacer un reconocimiento del concepto en el que se insertan tales elementos.

De ahí que, se parta del concepto de comunicación política; definida por Dominique Wolton es "*el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos*".¹²

Wolton señala a la comunicación política como una disciplina tan vieja como la política, la cual nace con los primeros intercambios que los hombres tienen entre sí, en lo que se refiere a la organización de la ciudad; hasta que más recientemente se puede concebir al término comunicación política. Con la valorización de la comunicación, en especial con el surgimiento de la comunicación política, es contemporánea de la sociedad y de la democracia de masas, caracterizadas ambas por el sufragio universal igualitario, el reino de los medios de comunicación masiva y el de las encuestas.

Por ello, y como lo refiere Dominique Wolton (1989), en un principio, la comunicación política designó al estudio de la comunicación del gobierno para que con el electorado (lo que hoy se llama "comunicación gubernamental"); más tarde, al intercambio de discursos políticos entre políticos en el poder y los de la oposición, en especial durante las campañas electorales. Posteriormente el campo se extendió al estudio del papel de los medios de comunicación masiva en la formación de la opinión pública, y a la influencia de los sondeos en la vida política. mayormente para estudiar las diferencias entre las preocupaciones de la opinión pública y la conducta de los políticos.

De esta manera el autor define a la comunicación política como el estudio del papel de la comunicación en la vida política, en el sentido lato, e integra tanto los medios como los sondeos, la investigación política de mercados y la publicidad, con especial interés por los periodos electorales.

10 Habermas, J. *Historia y crítica de la opinión pública*. Editorial Gili. Barcelona, 1981

11 Sennet, R. *El declive del hombre público*. Editorial Península. España, 1978

12 Wolton, Dominique y Ferry, Jean-Marc. *El nuevo espacio público* Editorial Gedisa España, 1989

Por ello la comunicación política se considera como un cambio tan importante en el orden político como lo han sido los medios de comunicación masiva en el de la información y los sondeos, y en el de la opinión pública como fenómeno importante es, sencillamente, el resultado del doble proceso de democratización y de comunicación iniciado dos siglos atrás, que asegura la trascipción del ideal político democrático del siglo XVIII en un espacio público ensanchado en el que los distintos miembros tienen una categoría legítima.

Según lo planteado por Dominique Wolton, Alain Touraine (1997) menciona que el tema de la comunicación política debe ser abordado, en primer lugar, no en un nivel general sino partiendo de una observación concreta, presente en todas partes: el hincapié que se hace en la comunicación es correlativo de la crisis de la representación política.

De tal planteamiento es como aún más se refuerza el interés por desarrollar un proyecto de investigación a partir de los presentes argumentos, pues van dando pautas de abordaje hacia un campo específico de la comunicación política; los nuevos medios, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación dentro de la arena política. En lo que respecta a una segunda definición que hace Panebianco (1982) de la comunicación política, la cual puede definirse como "el tipo particular de mensajes -y de informaciones- que circulan dentro del sistema político y que son indispensables para su funcionamiento, ya que condicionan toda su actividad, desde la formación de las demandas hasta los procesos de conversión, y las respuestas del mismo sistema"¹³.

Panebianco nos permite un justificante más sobre el punto medular de abordaje del objeto de estudio del presente reporte de investigación, pues al hablar de un tipo particular de mensajes, nos deja ver en las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y en particular en las páginas web de los candidatos a la presidencia de la república, un modo singular de comunicación y que como refiere el autor, dicho mensaje circula dentro de un sistema político, el cual ya ha sido identificado en nuestro país, quedando así el proceso electoral federal de 2006, convirtiéndose como señala Panebianco en un modo indispensable para el funcionamiento óptimo de la comunicación política en nuestro país.

Además de que como veremos más adelante, los nuevos sistemas de comunicación van condicionando toda actividad comunicativa, pues se desarrollan e implementan nuevos modelos y de ahí que desde la formación de nuevas y en este caso, restringidas demandas. Por ello también como lo dice Panebianco, se incluyan nuevas modalidades de procesos de conversión y producción de nuevos sentidos, donde se pueden detectar otras formas de respuestas ante las particulares y específicas herramientas de comunicación. Por ello podemos señalar que ante las perspectivas que hoy en día se tienen sobre las sociedades de la información y con el uso cada vez más socomido de la Nuevas Tecnologías y en este caso de Internet, podemos decir que "la comunicación política opera gracias a la RED"

1.5 Perspectivas teóricas: la comunicación política

Algunas comientes teóricas de la comunicación política nos permitirán de manera clara ver cómo el concepto tanto en la teoría como en la práctica se ha modificado a lo largo de su corta historia, logrando así se conciba un campo específico de estudio.

Un primer abordaje sobre el concepto lo hace Miquel de Moragas Spá (1979), él propone un acercamiento al concepto y lo define así¹⁴:

¹³ Panebianco, A. *Comunicación política en BOBBIO-MATEUCCI*, Diccionario de política. Madrid, Siglo XXI. 1982.

¹⁴ Moragas, M. *Sociología de la comunicación de masas*. Gili Barcelona, 1979

La comunicación política está compuesta por distintas facetas y niveles				
Sistemas de comunicación como instrumentos, no propagandísticos, sino organizativos de la actividad política y administrativa.	Utilización política de la industria cultural, es decir, uso y fines políticos de la cultura de masas.	Comunicación masiva y su papel en orden a mantener una conducta adecuada al "statu quo" político y económico.	Recursos comunicativos como sistema de oposición al poder establecido (contra información, comunicación de resistencia, comunicación alternativa)	Procesos concretos de persuasión política (referéndum, elecciones, campañas de sensibilización, etc.).

Paralelamente a la propuesta de Moragas, existen otras concepciones sobre comunicación política, éstas se basan a partir de que la comunicación es creadora de un espacio político, a la vez que la política se convierte en productora de símbolos y signos legitimadores. En este sentido, podemos resaltar a la cultura política como la pauta generadora de la posibilidad de comprensión del cúmulo de símbolos y signos políticos producidos. Dicha cultura política permite entender estos símbolos, hablar en el lenguaje específico y poder intervenir en la creación, producción y difusión de signos. Es aquí donde los medios de comunicación juegan un papel importante pues permiten una mayor capacidad de comprensión del lenguaje comunicativo de la política y así captar los estímulos provenientes de la red de comunicación política.

De esta manera podemos relacionar que la política es productora de símbolos y de lenguas básicamente legitimadores. Sin olvidar que el papel esencial y fundamental que caracteriza a la política es su papel coercitivo, lo represente o no simbólicamente.

Ahora bien, dentro de el desarrollo de la comunicación política, también encontramos a Lazarsfeld-Merton y Mapper (1944) quienes sugieren que el monopolio de la propaganda que practican los gobiernos totalitarios y esa especie de monopolio inconsciente con el que en las democracias se favorecen a ciertos valores culturales constituyen en sí mismos procedimientos persuasivos muy eficaces¹⁵. El monopolio de la propaganda refuerza continuamente las actitudes que protege, a la vez que dificulta el nacimiento y difusión de las ideas contrarias. Tal aseveración la pudimos observar con el manejo de información que se desarrollo en todo el proceso electoral de 2006, la cantidad de propaganda superó lo que en otros procesos se había difundido, aquí las páginas web ya fueran oficiales o no, de los partidos políticos, de los candidatos o grupos de apoyo o subversivos, permitieron ver el fenómeno de persuasión eficaz hacia quienes tienen el acceso a las carreteras de la información.

En este sentido se afirma que los medios de comunicación modernos han venido a añadir a las antiguas complejidades al menos una doble y nueva problemática: todo utilizador de los medios de comunicación es en nuestros días un emisor privilegiado, y todo mensaje difundido por los medios de comunicación tiene -se quiera o no - un efecto de propaganda.

De ahí que como lo señala Pasquali este el riesgo de realizar, aunque sea de "manera involuntaria, la manipulación o la persuasión oculta es inherente a toda utilización contemporánea de la comunicación mediatizada"¹⁶. También los estudios de Lazarsfeld realizados en los años 40 sobre las elecciones presidenciales norteamericanas, permanecen como el prototipo sobre el cual se ha edificado la investigación de la influencia de los medios de comunicación sobre los electores. La conclusión más célebre de estos trabajos concierne a la determinación social de la decisión electoral: la existencia de una homogeneidad de grupo social

15 Lazarsfeld, P.F.; Berelson B., Gaudet, H. *The people's choice*. Sloan & Pearce. New York, 1944.

16 Pasquali, Antonio. Comunicación y cultura de masas; en Colomé, Gabriel. *Política y medios de comunicación, una aproximación teórica*. Universidad de Barcelona. 1994

en la intención de voto y la formulación de la "hipótesis del refuerzo", los medios de comunicación no cambian la opinión, sólo la refuerzan.

Así, ubicados dentro del campo de la comunicación política podemos ver el resultado más importante del grupo de Lazarsfeld afirmando que "el efecto de los medios de comunicación sobre el cambio de opinión está limitado por el mecanismo de protección de la percepción selectiva"¹⁷. Con ello se puede ir apreciando a los medios de comunicación desde la óptica de Lazarsfeld, Berelson y McPhee los cuales, mencionan que "más que provocar conversiones y cambios, para lo que hacen, es cristalizar y reforzar las ideas preexistentes. Los medios de comunicación apenas intervienen en la decisión electoral, su influencia es mínima y en todo caso, los cambios en la decisión de voto se equilibran entre sí". Dicha postura puede quedar entre dicha, pues las consecuencias que se han observado a partir de la relación medios de comunicación y política, es contraria a tal afirmación, en las recientes elecciones pudimos ver como las llamadas "campañas del miedo"¹⁸ obviamente mediáticas generaron un cambio en las preferencias partidistas y lo pudimos constatar con los resultados electorales y con las encuestas que se dieron a conocer oportuna y periódicamente.

En cuanto a los estudios que realiza Cayrol (1986), afirma que "la comunicación política moderna refuerza el papel de las personalidades. Tiende a confiar a la institución-televisión un papel autónomo en la selección -de los problemas alrededor de los cuales debe desarrollarse el debate político, en la elección de los temas a debatir en la comunicación entre gobernantes y gobernados; y añade: tiende a operar un desplazamiento del lugar de la política". Por lo que concluye: "durante un periodo electoral, se produce una casi-coincidencia entre el sistema político y el sistema de televisión: es en la televisión que el acontecimiento político se desarrolla. La televisión da el tono de la campaña, le asegura su ritmo, y pone el énfasis en los grandes momentos. Las grandes emisiones, los grandes debates televisados constituyen en adelante los -momentos álgidos- de las campañas electorales"¹⁹.

Por otro, lado Grossi (1994) afirma que "la mayoría de análisis sobre el papel y la función de los medios de comunicación ha demostrado que su poder se manifiesta más influyendo en las orientaciones cognitivas que en los comportamientos electorales"²⁰. Además, en las sociedades modernas, el lazo entre una toma de posición y el voto queda aún por descubrir. En segundo lugar, se observa en todas partes que la televisión, bien que importante y central, no es más que un segmento de un universo multimedia que es muy variado. En fin, se ha afirmado que la política en tanto que espectáculo produce espectadores antes que producir electores, que se interesa más en los contrastes entre las personalidades que en los conflictos políticos o ideológicos, que inspira adhesiones emocionales o simpatías temporales y fugaces, que ocasiona éxitos irresistibles pero también fracasos, que puede transformar la fuerza en ruido.

Con el fin de ubicarnos en lazos más recientes de desarrollo de la comunicación política, nos encontramos con algunos estudiosos contemporáneos de la comunicación, Luis Islas Molina (2002) reseña en la revista Razón y Palabra el concepto de comunicación política remontándose a los inicios de la misma y la cual según él, se encuentra en los orígenes de la civilización, cuando la vida social de las comunidades dependía de líderes y pensadores con grandes habilidades en el manejo de la retórica, la elocuencia y otras habilidades para comunicar sus ideas y sus propósitos.

17 Lazarsfeld, P.F.; Berelson B.; Gaudet, H. *The people's choice* Sloan & Pearce. New York, 1944.

18 La llamada campaña del miedo fue una estrategia que utilizaron algunos grupos empresariales, organizaciones civiles y grupos de poder para infundir "miedo" entre la sociedad. Miedo que se reflejaba ante la posible pérdida de empleo o bienes patrimoniales: tal campaña fue difundida por todos los medios de comunicación masiva nacionales

19 Cayrol, R. *La presse, écrite et audiovisuel*. PUF. Paris, 1973.

20 Grossi, G. *El problema de la información*; en Colomé, Gabriel. *Política y medios de comunicación, una aproximación teórica*. Universidad de Barcelona. 1994

Islas Molina enfatiza sobre la preocupación del hombre por la política, de esta manera dice que la difusión de hechos con relación a tal dualismo data del origen de la civilización, y retoma a Oscar Ochoa, para la explicación, el cual refiere que en nuestro tiempo aún no es posible establecer y conciliar intereses, lograr consensos, entregar de una manera adecuada, equilibrada y equitativamente justa de comunicación. Por el contrario, el autor señala, que los medios ejercen un poder que sobrepasa las posibilidades del ciudadano común, y la política sigue siendo más el privilegio de unos pocos que el ejercicio donde todos actúan por igual.

Desde tal perspectiva del autor, "la política es una ciencia que estudia las relaciones entre los ciudadanos y el Estado"²¹. Es decir se genera una complicidad entre ambos en la que no puede estar ausente la comunicación, ya sea en forma directa o no, esto, ya que en democracia la vida política para Ochoa es un gran sistema de diálogos. Tanto así, dice Islas, que en la actualidad para un político resulta difícil gobernar sin el concurso de los medios de comunicación masiva. Esta participación, entendiendo a la democracia como el gobierno de la opinión, podría ser desfavorable o a favor del dirigente. Lo importante, sin duda, es que el político o el grupo gobernante cuenten con los canales de comunicación adecuados. En este sentido, si no existen los canales informativos, se margina al ciudadano de saber "si son correctas o justas las decisiones que afectan a su vida cuando son tomadas por el grupo en el poder, tampoco podría conocer a sus gobernantes y menos aún realizar una democracia participativa".

En este caso el uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación salen a escena con la aparición del recurso del Internet y las páginas web de los candidatos y los partidos políticos, que al parecer sólo se dedicaron a subir sin más cuidado todo tipo de información e imágenes, no se tiene previsto el lenguaje específico del medio, por ello todo tipo de información publicada en todos los sitios web.

En consecuencia, resulta claramente perjudicial para el propio sistema político tal uso, ya que para Ochoa, la comunicación tiene como uno de sus propósitos sistematizar los flujos de información entre gobernantes y gobernados lo que, en una sociedad organizada, podría significar que sin comunicación la política se vería limitada en alcance, significado y posibilidades; por lo tanto, comunicar se convierte es un acto de naturaleza política.

Aunque las definiciones de comunicación política son diversas y han generado fuertes polémicas entre los distintos investigadores del campo, existe un relativo consenso en que ésta cumple un papel fundamental en el funcionamiento de los sistemas políticos.

De ahí que se retome a Meadow, quien define a la comunicación política como "el intercambio de símbolos o mensajes que con un significativo alcance han sido compartidos por, o tienen consecuencias para, el funcionamiento de los sistemas políticos"²².

De esta manera, Ochoa plantea que la comunicación política ha desempeñado distintos papeles, dependiendo del sistema político del que se trate. Por ejemplo, en una dictadura su papel se verá limitado a servir como un mero instrumento del poder establecido. En tanto, en un sistema democrático, la comunicación ocupará un rol más central en sus procesos. Una visión institucionalizada de la comunicación política, es la de D. Nimo cuando sostiene que "una comunicación (actividad) puede ser considerada política en virtud de las consecuencias (actuales y potenciales) que regulan la conducta humana bajo ciertas condiciones de conflicto".

Entre todas estas definiciones, destacan la existencia de un campo común que llaman comunicación y otro que llaman política, indica Monzón, y que cuando el primero influye o guarda relación con el segundo, entonces se puede hablar de "comunicación política".

21 Islas Molina, Luis. *Desarrollo de la comunicación política*. No 27, junio-julio 2002

22 Meadow, R.B. *Politics as communication*. Ablex Pub. Norwood, 1980

El planteamiento de Oscar Ochoa, sobre la comunicación política ubicándola como el proceso de transmisión y recepción de mensajes, desde y hacia los componentes del sistema político, nos permite tener una mirada del autor, el cual plantea, que si el ser humano es político por naturaleza la comunicación que establece es un acto público y de orden político, que trasciende y se ve afectado en lo social con el propósito de establecer relaciones de poder, dice también que en la comunicación política intervienen, además factores de tiempo, lugar, acontecimientos y lo más importante, las intenciones de quienes participan en ella dentro de un orden político establecido. Finalmente, Ochoa explica que "la difusión de valores del sistema social, a través de los medios de comunicación se va desarrollando hacia relaciones más complejas, sobre todo en el ámbito del poder", condiciones que determinan los acontecimientos estableciéndose un ciclo de relaciones políticas y de comunicación.

Candido Monzón también se ha acercado al fenómeno de la comunicación política y señala la importancia que han adquirido los medios en el desarrollo de la democracia desde los años noventa. Y de ahí que parta para retomar el concepto que ha marcado punto de enfoque en estudios pertenecientes al campo y nos referimos así a la "mediocracia o democracia centrada en los medios de comunicación" que está revolucionando el mundo de la información y la política; así explica que los periodistas han pasado de ser testigos de la actividad pública y política a actores, los líderes políticos aprenden nuevas técnicas de comunicación y persuasión, los gobiernos deben dar cuenta de sus actos con mayor rapidez y transparencia y los partidos políticos pierden peso en la escena política para dar paso a la popularidad e imagen de sus líderes; el nuevo espacio público, el Internet, sin lugar a dudas esta dominado por la información.

1.6 Objeto de estudio

Según Jean Mouchon (1980) la parte que desempeñan los medios en el funcionamiento de la democracia contemporánea suscita numerosas cuestiones y alimenta un debate contradictorio en el seno de la comunidad científica. Se reivindican dos posiciones principales: una es esencialmente crítica y hace hincapié en las limitaciones impuestas por la lógica mediática a las formas clásicas de intercambio ciudadano; la otra deliberadamente positiva, insiste en el vínculo consustancial entre los medios de masas y autores de cada campo están de acuerdo en la necesidad de problematizar la reflexión.

Contrariamente a los periodistas y comentaristas dice Mouchon, no se limitan a la perspectiva de la observación en lo que ocurre día tras día. Se plantean las cuestiones en relación con un encuadre teórico que da sentido a la investigación. No abordando la comunicación política como una técnica operativa cuya eficacia se mide caso por caso, sino que es considerada como una lógica de acción que influye en la redefinición del intercambio político. El nivel estructural aparece como el nivel de posicionamiento más pertinente de la investigación.

Dice Jean Mouchon²³ que las críticas contra la mediatización de la política son numerosas y se sitúan en registros diferentes. La más antigua y la formulada más frecuentemente estigmatizada la sociedad del espectáculo en formas más o menos radicales. La denuncia de "todo es imagen", considerada como forma acabada de la dominación social, según los situacionistas, dicho por Debord; por otro lado la estigmatización del simulacro en la democracia contemporánea, mencionada por Baudrillard o lo dicho por Sennett quien refiere que las categorías que rigen sus estructura constituyen los principales ángulos de ataque de la corriente crítica.

Para ello Mouchon señala el nacimiento y luego el éxito sin igual de la política del marketing y de los sondeos de opinión que dan lugar a una segunda corriente crítica. "Estas técnicas, adoptadas en Francia con cierto retraso respecto de los Estados Unidos, rigen actualmente el desarrollo de todas las campañas electorales"²⁴. Cada vez más refinadas, pero también más llamativas, esas técnicas suelen presentarse como las formas moderadas de la gestación de las opiniones colectivas. Por ejemplo para Bourdieu, en un artículo frecuentemente citado, pone en tela de juicio la noción misma de opinión pública que considera como "un puro y simple artefacto cuya función consiste en disimular... relaciones de fuerza.

23 Ibid págs. 12-27

24 Ibid págs 12-27

A partir de tal argumento, Patrick Champagne prolonga la denuncia del uso sistemático de estas "tecnologías sociales" al comprobar que ellas se desarrollan en el momento en que "el campo político tiende a cerrarse en sí mismo", limitado a un juego de actores que en plena connivencia están confabulados para defender su posición dominante ya adquirida.

En efecto, estas técnicas chocan con la naturaleza misma de la acción política que se funda en la capacidad de hacer adherir a la gente a un proyecto o hacerle creer en un hombre. Por ello el votante se conduce con mayor escepticismo, los sondeos ya no parecen ser tan seguros en torno al voto. Sin embargo, reitera Mouchon que la aceleración de la profesionalización política y la aproximación cada vez más pronunciada a la lógica de las campañas publicitarias no dejan de ser inquietantes cuando los programas de los candidatos se limitan a algunas vagas ideas generales ya intenciones... forzosamente generosas. Existe una tercera comente crítica que Jean Mouchon describe como "la comente que agrupa a autores especializados en el análisis del discurso y preocupados por las consecuencias que pueda tener la mediatización en el ejercicio de la argumentación, punto donde se constatan los límites del discurso político en la televisión, discurso que con frecuencia se reduce a enunciar "oraciones breves", justifica una interrogación sobre las coacciones de la producción de los discursos en el sistema mediático y sobre el modelo de mediación que predomina"²⁵.

De esta manera Philippe Breton se dedica a desarmar el mecanismo de filtrado del discurso político, discurso considerado a priori como opaco. Partiendo de lo implícito de un discurso que oculta sus "miras" y que no puede ser comprendido directamente por su público, el mediador procede a reformularlo para hacerlo transparente. También nos encontramos con los estudios anglosajones que plantean el *agenda-setting*, que se ubican como particularmente representativos una perspectiva de investigación, la cual analiza las formas reiteradas de una práctica que representa una de las funciones esenciales de la mediación periodística.

Es en este momento de la comunicación política es en donde podemos ubicar el modelo propuesto de Dominique Wolton(1998), pues además de conocerse como el más representativo y completo en el posicionamiento dentro del campo de la comunicación política. Si es cierto que el acceso a la información está ahora abierto al mayor número de personas y que ese acceso determina la regulación democrática, la comunicación política constituye una de las partes esenciales de la democracia contemporánea, explica Mouchon. Al mismo tiempo que se confrontan a los actores sociales y las lógicas de las cuales ellos son portadores (el político, el mediador y la opinión pública, según el modelo de Wolton), la comunicación política organiza en un momento dado "el choque de las cosas que están en juego" partiendo de los discursos pronunciados en nombre de los diferentes componentes de la sociedad. De esta manera se encuentra en el centro del modelo, la comunicación política, la cual debe responder a estrictas condiciones de equilibrio en cuanto a la expresión de los autores y en cuanto a la representatividad de la palabra en relación con la realidad. Evidentemente tales condiciones no son satisfactorias, lo cual lleva a Dominique Wolton, refiere Mouchon, es a atenuar el optimismo de su postulado.

Casi de manera paralela en el mismo texto Daniel Dayan propone una acción diferente con sus trabajos sobre la televisión ceremonial. Al rechazar la denuncia a priori de la política-espectáculo, el autor describe circunstancias en las que la ceremonia televisiva se remodela según formas celebratorias derivadas de la antigüedad y muestra así la eficacia que tiene para el investigador el desplazamiento de perspectiva.

Tal descentramiento nos hace pensar según la propuesta de Mouchon que pasar de una visión autorreferencial a una lectura antropológica de los medios la cual permite superar las querellas de posición antes mencionadas. En el momento en que se cuestionan con igual vigor la manera dominante de producir y emitir información y las nuevas modalidades del ejercicio del poder, la reflexión sobre las relaciones entre política y medios debe situarse en una perspectiva amplia, a saber, más allá de la observación de prácticas en gran medida descalificadas.

25 Ibid págs. 12-27

1.7 Un campo de estudio formal: la comunicación política

A partir de tales argumentos, se puede observar cómo se desprenden distintos campos de estudio; la propuesta de André Gosselin²⁶ sobre la comunicación política como esfera de actividades y campo de investigación, puede ciertamente ser objeto de múltiples divisiones conceptuales que permiten captar sus diversas dimensiones esenciales.

Un primer modo, cómodo, de comprender la cartografía teórica y empírica de esta comunicación consiste en imaginar en ella dos ejes bipolares: un primer eje horizontal, que va de la acción a la recepción, y un segundo eje, vertical, que va de las arenas a los territorios. Semejante modo de ver y concebir nuestro campo de investigación permite, no sólo situar de manera sumaria las respectivas contribuciones de quienes se han dedicado al estudio de este campo, si no ya a una teoría de la comunicación política, al menos a una metateorización de ciertos objetos, ciertos modelos y ciertos esquemas de explicación propios de la comunicación política.

Gosselin dice: que los cuatro polos de la comunicación política son:

	Arenas	
Acción		Recepción
	Territorios	

La comunicación política se despliega primero en lo que podríamos llamar territorios (geográficos o sectoriales), tanto cuando se trata de comunicación política en la escala local, regional, nacional o internacional, como cuando nos referimos a la comunicación política de los estados, los partidos, los grupos de presión, los sindicatos, los movimientos sociales y las empresas.

De modo que los territorios de la comunicación política dependen de factores de organización, estructurales, contextuales y de acontecimiento que definen las fronteras de las restricciones y las oportunidades de los actores de la comunicación política, particularmente en el nivel del accionar teleológico. De manera que, como refiere Gilles Gauthier "los territorios de la comunicación política también pueden concebirse desde un punto de vista más sectorial que espacial, como cuando nos referimos a la comunicación gubernamental, a la comunicación totalitaria, a la comunicación presidencial o a la comunicación política de las empresas"²⁷. Es así como las arenas de la comunicación política están constituidas por el conjunto de los dispositivos, las fórmulas, los marcos, las reglas y las estrategias que definen las situaciones de interacción en las que pueden confrontarse, difundirse públicamente y evaluarse los discursos de los actores políticos. Dice Gauthier, la comunicación política hasta puede desarrollarse en el seno de arenas que no tengan necesariamente por finalidad difundir los discursos contradictorios de los actores políticos.

Con lo que respecta México, en el campo de investigación de la comunicación política, Aimé Vega (2003) en la revista no. 35 de Razón y Palabra; publica un artículo llamado "Los escenarios de la comunicación política mexicana", ahí se refiere a cerca de la incorporación de la comunicación política occidental en México, la cual inició como parte del proceso de transición democrática. Mientras que otros países ya tenían una vasta experiencia en el campo; apenas en procesos electorales anteriores de transición le permitió al país conocer el fenómeno a finales de la década de los 80. Entonces, se inauguró el protagonismo de los medios de comunicación, especialmente el de la televisión, en la política. También, periodistas, políticos y académicos se iniciaron en el análisis del fenómeno (Granados Chapa, 1982; Fernández, 1988; Adler, 1990; Sánchez, 1989; Monsiváis, 1994; Crespo, 1995; Gómez Mont, 1995; Covi, 1995; Toussaint, 1995; Rodríguez, 1995; Aceves,

²⁶ Ibid pág. 9

²⁷ Ibid pág. 44

1998) y en la "democracia minutada" (Rospir, 1995). es decir en contar los tiempos de las campañas en los teledianos (Arredondo, 1991; Aguayo y Acosta, 1997; Lozano, 2001)"²⁸.

Dice Vega, si situamos a la comunicación política en el contexto de la democracia, podemos decir que la historia de la comunicación política en México es reciente. Su nacimiento se remonta tan sólo a finales de la década de los ochenta. El marco fueron los comicios presidenciales de 1988 en los que el PRI por primera vez no logró la mayoría absoluta en el Congreso y obtuvo la Presidencia bajo serios cuestionamientos sobre la veracidad de los resultados. El antagonista fue el Frente Democrático Nacional que, con Cuauhtémoc Cárdenas como candidato, disputó las primeras elecciones reales al Partido Revolucionario Institucional, lo que marcó el inicio de la espiral ascendente de la alternancia en México.

Hasta hace algunos años, el partido de Estado no se había visto en la necesidad de desarrollar una comunicación política porque, sencillamente, la oposición no existía. Antes de 1998, "los procesos electorales no fueron sino meros ritos protocolarios para el acceso al poder político, donde los mecanismos y políticas autoritarias predominaron sobre los principios de pluralidad, libertad, democracia y respeto al estado de derecho"²⁹.

Si bien el avance logrado por la oposición en este escenario se debió básicamente al descontento social y a la tenacidad de la izquierda mexicana, y no al uso de técnicas de comunicación política, el proceso de 1988 evidenció a los políticos con la necesidad de emplear herramientas de comunicación en las campañas. A partir de ese momento se empezó a conformar el mercado electoral y los medios de comunicación comenzaron a abrir, aunque de forma muy limitada, sus espacios a la oposición. En 1988 se inició también la práctica de los sondeos de opinión con el propósito de conocer las tendencias de voto de los ciudadanos.

Entre 1989 y 1994, previo a las elecciones presidenciales de este último año, se celebraron comicios en distintos estados del país. Estos escenarios representaron nuevas oportunidades para el desarrollo de la comunicación política en México: iniciaron los primeros debates entre candidatos; publicistas y mercadólogos extranjeros irrumpieron en el escenario electoral; fueron abiertas las primeras consultorias de comunicación y de investigación de mercado especializadas en procesos electorales; y los políticos empezaron a hacer uso de la propaganda en radio, televisión y prensa para conseguir el voto.

Ya en 1994, el proceso evidenció la relación cada vez más cercana entre los políticos y la comunicación. En este marco se celebró el primer debate entre candidatos presidenciales, transmitido por radio y televisión a nivel nacional. Las pautas seguidas por el debate se apegaron al modelo europeo, con la intervención de los candidatos controlada por un moderador. Propaganda, especialmente los spots de radio y televisión, para los que el Instituto Federal Electoral asignó un monto específico a cada candidato de acuerdo a la representatividad de su partido, y encuestas, las que empezaron a ser levantadas también por los propios medios, se colocaron como dos de las técnicas privilegiadas por los políticos. Finalmente, las nuevas tecnologías como el Internet debutaron como una novedosa vía de comunicación entre los candidatos y los ciudadanos.

Más adelante, en 1997, año en el que por primera vez los ciudadanos eligieron al gobernador de la Ciudad de México y al congreso local, se desarrolló una fase más avanzada de la comunicación política en el país. Las campañas electorales institucionalizaron plenamente el uso de diversas herramientas de comunicación política, los partidos crearon para estos comicios sus propias estructuras para la organización de sus campañas, como los spots. Por ejemplo, Cuauhtémoc Cárdenas, candidato de la izquierda, hasta antes de 1997 se había

28 Vega, Aimé. *Los escenarios de la comunicación política mexicana*. No. 35 octubre-noviembre 2003, disponible en: www.razonypalabra.org.mx

29 Valdez, A. *La evolución de la mercadotecnia política en México*, en Revista Mexicana de Comunicación, No. 63, pp. 12-17, disponible en: www.razonypalabra.org.mx

mostrado reticente a montar una campaña mediática, pero ya en ese año destinó un buen porcentaje de sus recursos para propaganda en televisión y radio. Los partidos pagaron también por el levantamiento de encuestas, ya no sólo como una forma de diagnosticar el voto sino también como un instrumento propagandístico³⁰, y emplearon de forma más generalizada las nuevas tecnologías, no sólo el Internet, sino el telemarketing, además de que incorporaron sistemas digitales para la elaboración e impresión de su propaganda. Bajo este marco se llegó al proceso electoral de 2000.

En el año 2004 Delia Crovi³¹ presenta resultados de una investigación que permite conocer un acercamiento más sobre el campo de la comunicación política y las Nuevas Tecnologías, Crovi señala el interés por la red de redes de parte de las arenas políticas, las cuales responden a la necesidad de ir conociendo mejor a este medio. dicho modelo se toma emergente dentro del panorama de la comunicación política electoral, a su vez se demuestra la capacidad de las Nuevas Tecnologías y en especial el Internet para saltarse usos, costumbres y leyes que ordenan esos procesos, pero también para incorporarse como un nuevo recurso de información actualizada minuto a minuto.

Dice Crovi que por primera vez este medio (Internet) aparece de manera activa, ya que en 2000 si bien los partidos, los medios y las instituciones vinculadas al proceso contaban con páginas web, en general su misión fue convertirse en fuente informativa, contextualizar los hechos, logrando una interacción limitada a pesar de las posibilidades de la red de redes. En cambio, en 2003 Internet apareció de una manera mucho más definida como un medio que entró en el juego de la comunicación política y para el cual no existen leyes ni normas que lo contengan de manera expresa. También dice la autora que aunque en otros países la red ya había sido utilizada en campañas electorales, para México apenas asoma en el horizonte de la relación medios-elecciones.

Uno de los estudios más recientes, y de hecho publicado en el número actual de la revista Razón y Palabra (febrero-marzo 2006) Octavio Islas, investigador del Instituto Tecnológico de Monterrey refiere que en años recientes Internet ha registrado un significativo incremento en su penetración, frecuencia e intensidad de uso en la sociedad mexicana. De acuerdo con los resultados que arrojó el Estudio AMIPCI de hábitos de los usuarios de Internet en México 2005¹, poco más de 22 millones de mexicanos tienen acceso regular a computadoras. La base instalada de computadoras fue estimada en 10.8 millones, de las cuales 6.3 millones –el 58.7% del total– dispone de las capacidades tecnológicas indispensables para la navegación en Internet. El número de usuarios de Internet en México mayores de 6 años de edad fue estimado en 17.1 millones, y la tasa de penetración de Internet a nivel nacional representa el 18.2%. Los resultados del referido estudio permiten afirmar que Internet incrementa el alcance de los principales medios de comunicación masiva en todos los niveles socioeconómicos –situación que evidencia a Internet como prolongación de los medios de comunicación convencionales–, y particularmente aquéllos que se distinguen por su elevado poder adquisitivo. En México el más alto índice de afinidad a Internet se presenta en los segmentos de 25 a 34 años y 35 a 44 años.

De manera que Islas presenta en su trabajo un minucioso análisis de las páginas de los candidatos y refiere que el ciberespacio representa un escenario idóneo para la difusión del ideario político de los candidatos presidenciales, y su consecuente análisis y debate. Desafortunadamente la rígida arquitectura de los sitios web dice Islas, de los tres principales candidatos presidenciales (Andrés Manuel López Obrador, Felipe Calderón y Roberto Madrazo) concebidos únicamente para propósitos de promoción, hoy definitivamente inhibe tales posibilidades.

Quien también hace un acercamiento es Javier Esteinou Madrid, profesor investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana, él aborda la importancia de la existencia del nuevo espacio virtual mediático donde se

30 En este año ya estaban instaladas en México numerosas empresas especializadas en estudios de opinión electorales, como *Indermerc-Harris*, *BIMSA*, *Nielsen*, *Covarrubias* y *Asociados y Mitosky*, en Revista Mexicana de Comunicación, núm. 63, México, 2001. pp. 12-17. disponible en: www.razonypalabra.org.mx

31 Crovi Druetta, Delia. *Internet en las elecciones del 2003*. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, enero-abril, año/vol. XLVI, no. 190. Universidad Nacional Autónoma de México. México 2004

modifican las reglas y dinámicas tradicionales con las que nuestra sociedad antiguamente se articulaba, organizaba y participaba colectivamente. En este sentido, se ha producido un profundo cambio en la jerarquía de poderes que conforman el esqueleto del poder y de la movilización cotidiana de nuestra sociedad donde los medios de información ahora son el centro del poder político, cultural, mental y espiritual cotidiano de la nuestra República. Los medios se transformaron en la nueva plaza pública y en los grandes cerebros colectivos que dirigen a la sociedad.

A pesar de que se lleva un camino de alrededor de cuarenta años de estudios sobre el campo de estudio propuesto, son muy escasas, como ya vimos, las propuestas que plantean la interrelación de las nuevas tecnologías de la comunicación y procesos electorales, además de son muy pocos los que hacen énfasis hacia los partidos políticos.

Algunas de las investigaciones no por mencionar que tienen alcances políticos, sociales o económicos, no alcanzan a mencionar las consecuencias y análisis de las posibles repercusiones de tal relación.

Las diferencias de percepción, recepción y procesamiento de la información repercuten entre diversos grupos de personas de distintas edades. La dinámica entre las personas y las instituciones o la interacción entre los seres humanos y sus obras ha dado consecuencias de diferentes magnitudes. Ningún acercamiento de los mencionados para conocer la interacción entre las TIC y la sociedad tiene contemplados los procesos electorales y el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación

A pesar de que Castells también está seguro de que la aparición de Internet como nuevo medio de comunicación ha generado una fuerte controversia sobre el surgimiento de nuevos patrones de interacción social. Por un lado, la formación de comunidades virtuales, basadas principalmente en la comunicación on line se ha interpretado como la culminación de un proceso histórico de disociación entre localidad y sociabilidad en la formación de la comunidad: nuevos y selectivos modelos de relaciones sociales sustituyen a formas de interacción humana limitadas territorialmente. Pero ninguno de estos acercamientos nos permite visualizar toda la gama de posibilidades que conlleva el binomio nuevas tecnologías-procesos electorales.

Debido a tales y tan diversos planteamientos surge el interés por realizar propuestas que conlleven a las anteriores pero que también complementen y contribuyan al crecimiento del campo de estudio de la comunicación política y de sus diversas vertientes. Por ello me acerco y propongo el estudio de las nuevas tecnologías de la comunicación, con especial interés en el Internet y su uso en los próximos procesos electorales que se llevarán a cabo en julio de 2006 en México.

En nuestros días, difícilmente alguna profesión u oficio puede permanecer ajena al empleo de alguna de las herramientas de comunicaciones de Internet. La formidable expansión del medio de comunicación que sin duda alguna admite el calificativo de "inteligente", establece, como acertadamente afirma Ernesto Villanueva, un antes y un después en la comunicación humana ³². Una de las más significativas constantes en el desarrollo de Internet, radica en la formidable capacidad histórica que ha demostrado para ser transformado por los usuarios.

Cada año se desarrollan nuevas herramientas de comunicaciones en Internet, las cuales introducen nuevas e imaginativas prácticas comunicativas. La innovación es permanente, y los alcances de ésta definitivamente resultan insospechables.

Internet definitivamente contribuye a reconfigurar las funciones informativas de los gobiernos, de las empresas, de la industria de la información en su conjunto, y de todo tipo de instituciones, inclusive las dedicadas a la cultura y a la educación.

32 Villanueva, E. "Límites jurídicos de la libertad informativa en la red de redes" en suplemento de El Nacional, número 3, página IV, 12 de abril de 1998

Además cada nueva aplicación de Internet, definitivamente contribuye a extender la acentuada convergencia tecnológica que Internet ha impuesto sobre la industria de la informática, los medios de difusión colectiva, las telecomunicaciones, la industria de la electrónica de consumo doméstico, la multimedia, la realidad virtual, la industria del entretenimiento, entre otras. Cada día se acentúa más la estrecha interdependencia que observan esas industrias, y la convergencia digital parece irreversible.

A pesar del formidable desarrollo que ha alcanzado Internet –el “medio de comunicación inteligente”-, la red es motivo de permanente exploración y experimentación, situación que ha permitido ajustar históricamente a Internet, para responder a las imaginativas exigencias de información y servicios de aproximadamente 600 millones de usuarios en el mundo. Internet es una compleja innovación tecnológica, abierta y acumulativa, y los propios usuarios han incorporado una gran cantidad de aplicaciones y contenidos, rompiendo el monopolio que venían ejerciendo, como productores de contenidos “relevantes para la sociedad”, las grandes organizaciones históricas, como la familia, el gobierno, la iglesia, el sistema de partidos políticos, las escuelas y los medios de difusión masiva convencionales.

La cibercultura que se genera a partir del desarrollo de Internet, aceleradamente ha penetrado en los horizontes profesional, lúdico e imaginativo de nuestro entorno cotidiano. El desarrollo del comercio en línea inclusive ha contribuido a transformar la arquitectura conceptual de algunas disciplinas, como la mercadotecnia, por ejemplo. Muchas de las instituciones que han advertido la necesidad de “prolongarse” en el ciberespacio, en realidad simplemente se han limitado a establecer una presencia institucional en la WWW, sin comprender que Internet en realidad les impone la necesidad de emprender la profunda “reingeniería” de sus principales “competencias informativas”.

Al igual que en el desarrollo del Internet que hoy conocemos, el cual fue concebido para soportar a miles de usuarios, con un reducido número de aplicaciones, en el desarrollo del Internet del mañana las universidades han observado un relevante papel. El Internet del mañana perfectamente será capaz de soportar el tráfico de las comunicaciones de miles de millones de personas y deberá disponer de miles de aplicaciones.

Hasta ahora los “usos históricos” de la Red, en buena medida se explican a partir de la participación misma de los usuarios. Imponer obstáculos para limitar la participación de los usuarios de la red, sin duda alguna resultaría contraproducente. Los usuarios “pasivos” sencillamente optarían por abandonar la Red, y los usuarios más inteligentes imaginarían cómo transformarla, adecuándola de nueva cuenta a sus intereses. Ante todo ello, es válido estudiar Internet.

1.8 Democracia - medios de comunicación

Ante tal panorama sobre la investigación en este campo se debe hacer hincapié en el ámbito en el cual se desarrolla el presente trabajo, o sea en el contexto de la democracia, por ello se presenta aquí un acercamiento al tema de la democracia centrada en los medios.

Históricamente así como lo relata Jean Mouchon³³ antes de que la alternancia política llegara a ser una realidad en Francia, la comunicación de los políticos en la televisión obedeció exclusivamente a términos contables. La medida de la objetividad está dada por los espacios efectivos de uso de la palabra. Por ello la elección presidencial de 1981 marcó una ruptura decisiva: se reconoce como una prioridad la dimensión cualitativa de la imagen; es aquí donde la comunicación política encuentra su manera mediática y comienza a liberarse de las referencias anteriores que estaban modeladas por la expresión en directo del orador frente a las multitudes alejadas de él. Considerada en sí misma y considerando así mismo el carácter específico del soporte que la recibe, la expresión política en la televisión depende de un encuentro óptico entre los diferentes modos a que se apela. La imagen coexiste con el sonido, lo sensorial acompaña a lo racional. En adelante, el realizador es reconocido por su poder en cuanto a la virtud de las imágenes que selecciona y la capacidad de creación, manteniéndose al mismo tiempo bajo incógnita. La valorización icónica y la imposibilidad de prever sus efectos

33 Gauthier Gilles, Gosselin André y Mouchon Jean. *Comunicación y Política*. Editorial Gedisa, España 1998

hacen que los políticos traten de limitar esos efectos en todas las ocasiones en que entra en juego una cuestión importante. Por ello, la comunicación política ha asumido diversas formas que traducen los posicionamientos simbólicos de los actores. La evolución de la sociedad nos da cuenta de la relación en que se presentan las figuras políticas y los responsables de los medios de comunicación.

También en Francia a comienzos de la Quinta República, el General De Gaulle impone la conferencia de prensa, dicho dispositivo institucionalizado marca el control sin medidas que ejerce la figura política sobre los periodistas y sobre el sistema de información. Dicha modalidad ha evolucionado y dependiendo de las condiciones políticas económicas y culturales de cada país las formas de expresión política a través de los medios es distinta; simplemente nos encontramos ante una dosificación más sutil entre las palabras y las imágenes. La tendencia a la liberalización de la expresión, en virtud de dispositivos que escapan a las presiones del círculo de los políticos, marca un progreso.

A partir de la propuesta de Alejandro Muñoz-Alonso y Juan Ignacio Rospir (1995) los componentes de una democracia centrada en los medios la podemos observar cuando comparamos la evolución en los países democráticos en todo el mundo durante los últimos años, de los cuales emergen algunos elementos comunes que parecen desempeñar un papel clave en el proceso de modernización.

Desde los años cincuenta se han producido en los países democráticos una serie de acontecimientos que van a cambiar las relaciones entre la comunicación y la política. Uno de estos acontecimientos tiene que ver con la aparición de la televisión como un medio de comunicación de masas y que pasa a ser la primera fuente de noticias sobre política y gobierno para el público. La rivalidad entre los medios de información y los funcionarios del gobierno para controlar el orden de los acontecimientos aumenta y también hay tensiones para determinar los asuntos que son de mayor importancia y su posterior presentación. Todas las democracias se han visto afectadas por la ascensión de los medios de comunicación de masas, de los expertos en comunicación y sondeos y de estrategias sofisticadas de comunicación.

Como se ha señalado anteriormente en el campo de la comunicación política se detectan varias características que tienen que ver con la democracia centrada en los medios de comunicación y según Muñoz Alonso³⁴ es necesario dar cuenta de tres aspectos:

1. El reconocimiento que la intrusión de los medios en el proceso político y la incorporación de nuevas estrategias centradas en los medios en la política y el gobierno constituyen un proceso y no un acontecimiento.
2. En cada país el proceso de cambio está condicionado por el entorno nacional. Lo cual reflejan la particular cultura política, instituciones, historia o el sistema de medios de comunicación del país en cuestión. El estudio de la comunicación política se está volviendo cada vez más comparativo, intenta entender mejor la situación de cada país comparando sus experiencias con las de los demás.
3. Las formas y las consecuencias de las innovaciones en comunicación política traspasan las fronteras de las tradicionales disciplinas académicas. La comunicación política es una empresa interdisciplinar, refleja un deseo de formular unas perspectivas las amplias sobre el tema que pueda permitir cualquier disciplina académica por separado.

Por ello, la idea de que la democracia esta centrada en los medios de comunicación ha originado la creencia de que acontecimientos singulares, formas de actuar de los gobiernos y directrices políticas están interrelacionadas y que consideradas en su conjunto dan forma a la vida política.

34 Muñoz- Alonso, Alejandro. *Comunicación Política*, Editorial Universitas, España, 1995

La democracia centrada en los medios es un amplio campo centrado en la adaptación de las instituciones políticas, gobierno y parlamento, por lo que describir alguna de las preocupaciones y planteamientos que repercuten al campo de la comunicación política o identificar alguno de los asuntos importantes que surgen a raíz de los acontecimientos producidos en muchos países y explicar los resultados de los últimos estudios realizados, nos permiten observar que existen algunos fenómenos que si los miramos como consecuencia del proceso de modernización de los medios de comunicación y la arena política, vemos en los textos de Alejandro Muñoz Alonso, algunas características que vale la pena destacar, pues se acerca a nuestro objeto de investigación.

De entrada podemos contemplar que en las instituciones y procedimientos de la política y del gobierno se están adaptando al papel central que los medios de comunicación tienen, especialmente la televisión, creando como resultado la democracia centrada en los medios. Las relaciones entre los parlamentos y la opinión pública son reflejo y resultado de fuerzas más potentes que dan forma a la democracia centrada en los medios. Las relaciones entre un gobierno democrático y el público pueden ser moldeadas por estas fuerzas más generales.

Además observamos que se pueden detectar componentes de la democracia centrada en los medios, para Alejandro Muñoz Alonso son:

- El proceso de modernización que tal parece estar asociado con el crecimiento de los medios, por el hecho de convertirse la televisión en la principal fuente de información y entretenimiento del público; en este caso la televisión se ha convertido en una considerable fuerza de configuración de la opinión pública y en un importante intermediario entre los dirigentes y líderes políticos y el público en general, al tener una audiencia masiva a nivel nacional.
- La estrecha vinculación con los partidos políticos y posturas ideológicas no hacen un buen servicio a la necesidad de los medios comerciales de atraer un cada vez mayor número de lectores, oyentes y espectadores de todo el espectro político. En los países democráticos la tendencia es la de mayor autonomía de los servicios públicos de televisión. Los servicios públicos de radiodifusión que actúan en sistemas de comunicación se encuentran en la competencia por la audiencia con los políticamente independientes servicios de noticias privados nacionales e internacionales.
- La creciente fuerza e independencia de las instituciones de los medios de información tanto públicos como privados ha fomentado una tendencia similar en los procedimientos informativos. Los tradicionales compromisos ideológicos y políticos están siendo remplazados por un diferente concepto de los valores, objetivos sociales y usanzas que deberían guiar la información.

Desde este acercamiento la propuesta de los autores sobre el papel de la democracia centrada en los medios tiene que ver con "el proceso de modernización de los medios de comunicación se traduce en el avance del periodismo políticamente neutral que atrae la atención de una audiencia a nivel nacional y que guarda celosamente su independencia. Se presenta como un observador objetivo y desinteresado. Se interpone entre los líderes políticos y el público, puede hablar con más autoridad y credibilidad por su posición en el centro de la sociedad, independencia de la influencia del gobierno y los partidos políticos"³⁵.

A partir de la propuesta se tiene la oportunidad de detectar una confusión entre los conceptos de mediación y mediatización, que si no lo abordaremos en este reporte de investigación, es necesario tomar en cuenta la reflexión de Phillippe Breton (1998), puesto que los aportes desde el punto de partida de la investigación en el terreno de la comunicación política y el análisis del papel que desempeña la ideología de la comunicación en naturaleza del debate político actual refiere un ámbito esencial de la investigación. Para el autor, "la mediatización es el hecho de recurrir a los medios como canal de difusión de la información, y cataloga a ésta sólo como un caso posible de la función más vasta que asegura la mediación". En tanto, la mediación representa un conjunto de herramientas que utilizan los medios en sus informaciones, estas son la transmisión,

35 Muñoz-Alonso, Alejandro y Rospir, Juan Ignacio. *Comunicación Política*. Editorial Universitas, España

puesta en escena y comentario. Es así como, como Breton plantea que la forma concreta que toma la ideología dentro de la comunicación política, se describirá como una doble identificación: por un lado, entre mediación y mediatización; y por el otro, entre medios y democracia.

Además de señalar una marcada diferencia entre los actores que participan de la comunicación política a través de los medios, Breton explica la importancia de la mediación, que no es sólo transmisión, puesta en escena y comentario del mensaje, sino que además, es utilizada por los medios para reducir la mediación a la mediatización, quebrando el hilo argumentativo propio de lo político para sustituirlo por el "comentario mediático". Frente a esta situación, Breton indica que los políticos tienen dos caminos para asegurar la integridad comunicacional de sus contenidos: lo primero es anticipar las condiciones en la que los medios transmitirán, pondrán en escena y comentarán dicho mensaje para mantener su eficacia en la opinión pública, o bien tratar de ahorrarse esta mediatización evitando a los medios y consiguiendo medios de transmisión propios (acción militante o compra de publicidad política).

Si bien es cierto, que la segunda opción ha probado su eficacia en el tiempo, en cuanto a los periodos electorales, fuera de ese contexto el problema se presenta para el político en la legitimidad que pueda tener para el público un mensaje transmitido por una vía propia, en lugar de utilizar como canal a los medios.

En cuanto a los medios y democracia, el autor postula que el excesivo lugar que ocupan hoy los medios de comunicación en detrimento de otros procesos de mediación, ha convertido a estos en héroes del mundo moderno, situándolos en el centro de todo. "La sobre-exposición de la prensa idealizada por una ideología de fuertes resonancias utópicas que, aprovechando el debilitamiento actual del discurso político, sumado a la escasez de mediación, obstaculizan la función (mediática) de la política que podría, asegura, enriquecer la democracia"³⁶.

El valor ideológico- político que se le confiere hoy al trabajo de los medios (mediación), incluso en el seno del mundo político, junto al contexto del progresivo debilitamiento de la producción de las ideas políticas nuevas y su fuerte repercusión en las convicciones del discurso político, han terminado en generar un verdadero abismo entre el ciudadano común y sus gobernantes.

Aunque la postura del autor plantea una visión, un tanto apocalíptica sobre el tema, sin duda reflexionar sobre la manera en que los medios entreguen más espacios de participación y recuperen la función de mediación que perdieron en favor de la interposición, es el desafío para los medios en la actualidad.

1.9 Dualismo contemporáneo: medios de comunicación y política

Ante tales posturas, la propuesta de Anne-Marie Gringas sobre el impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas lo plantea a partir de que en la década de 1970 se incorpora la utilización de las técnicas de comunicación en la vida política occidental la cual modificó considerablemente las prácticas políticas, particularmente en periodos de campaña electoral.

El énfasis puesto en el marketing político, en los sondeos, en los envíos postales con destinatarios seleccionados, en los *focus groups* y en la consulta política, así como en el papel considerado cada vez más activo que cumplen los medios en la vida política introducen o reintroducen una serie de interrogantes sobre el sentido de "la política"; Gringas menciona que existen muchos autores que describen las prácticas políticas como una forma de espectáculo; de ahí que surjan expresiones tales como: *Infotainment* de Taras (1990), *Horseracism* de Wagenberg (1992), *Homo cathodicus* de Cotteret (1991).

36 Gauthier, Gilles. Gossellin, André; Mouchon, Jean. *Comunicación y política*. Editorial Gedisa. Barcelona, España, 1998

Así pues, si bien es cierto que la utilización masiva de ciertas técnicas de comunicación modificó las prácticas políticas, el estudio riguroso de tales modificaciones sólo está en sus comienzos. Con excesiva frecuencia se asimila la "comunicación política" a un conjunto de recetas que apuntan a manejar las técnicas que permiten pasar con éxito el test mediático. Dicha tendencia adquiere mayor importancia aún en la medida en que cierta "ciencia política" analiza los usos de tales técnicas, con lo cual las legitima y les da una apariencia científica.

Un segundo acercamiento se puede visualizar desde los partidos políticos y el establecimiento de las prioridades políticas, puesto que si uno excluye las formas de control ejercidas por los políticos, llámese: globos de ensayo, retención de información, información cubierta de anonimato o de secreto, negociaciones a favor de una cobertura más favorable; entonces los primeros cambios en las prácticas políticas producidos por la utilización cada vez más predominante de las técnicas de la comunicación tienen que ver con el papel que le corresponde a los partidos políticos. "la participación política ha tomado sendas menos formales y más variadas que la acción dentro de los partidos políticos, en tanto que los medios confiscaban el lugar de los partidos como *canales de comunicación* privilegiados entre las elites políticas y la población"³⁷.

Hoy en día los líderes ya no dan prioridad al *input* directo de los militantes; hoy quienes más guían la acción de las personalidades de la política son los especialistas en consulta política, las empresas de sondeos y los expertos en relaciones públicas y aplicando a lo que nos atañe, los "web master" –responsables de las páginas web- son quienes dan lugar a la información y a mantener al día las páginas actualizadas y propiciando la interacción directa con quienes visitan los sitios de Internet.

Por ejemplo, Raúl Trejo Delarbre³⁸ dice que la imagen desplaza al discurso. Las consecuencias de estos cambios en la conceptualización misma de la política, todavía están por conocerse con precisión. Delante de la evidente influencia de los medios es fácil sucumbir a la tentación de suponer que la otra política, la de los argumentos y las propuestas, la de las adhesiones forjadas con razonamientos y explicaciones, ha quedado desplazada.

Por su parte Jean Mouchon (1998) relata que a fines de la década de 1980 la reflexión sobre la comunicación política se encuentra necesariamente con el soporte televisivo. Por ello durante mucho tiempo se consideró como un medio de expresión simplista, comparada con los grandes recursos argumentativos de lo escrito, la televisión se experimenta hoy en día de una manera realista: o bien como un mal necesario, para ciertos políticos, o bien como fuente de renovación para otros; pero lo cierto es que la televisión como dice Mouchon se impone por su eficacia y su amplio campo de acción. Así y todo, el dominio de este soporte continúa siendo desigual y el desarrollo del fenómeno televisivo en expresión política está sujeto a influencias exteriores a su campo propio.

La interacción entre factores internos y factores externos obliga al campo de la investigación a interactuar con lógicas convergentes y a proponer nuevos campos metodológicos que den pie al abordaje de diversas áreas. "El análisis sincrónico, concentrado en los datos internos, parece demasiado limitado para dar cuenta de un fenómeno que está en marcha y cuya evolución no parece terminada. La perspectiva de acróica que por lo demás se limita a los nuevos tiempos parece un medio eficaz para poner en manifiesto las tendencias profundas y descartar las tentativas más efímeras"³⁹. Por ello la reiterada intención de abordar desde los parámetros de la

37 Taras. Davis y Patterson en Gauthier Gilles. *Comunicación y Política*. Editorial Gedisa España, 1998

38 Trejo Delarbre, Raúl. *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*. Cal y Arena. México. 2001

39 Mouchon, Jean. *Política y medios, los poderes bajo influencia*. Editorial Gedisa, España 1998

comunicación política el uso de los nuevos medios de comunicación, las llamadas Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y de esta manera observar el papel que desempeñan éstas en los procesos electorales, en éste caso en nuestro país en el reciente proceso y bajo el contexto de una reiterada intención de entender a la democracia.

De manera que el surgimiento de nuevas formas de expresión en política se observa en todos los países desarrollados, aunque con diferencias caracterizadas por la condición específica de diversos hábitos culturales. De tal forma que, nos encontramos ante una rápida mutación, primeramente porque nos encontramos ante un flujo intenso de producciones, lo que nos permite observar un nivel estructurante que supone aprender coherencias globales que en el mundo contemporáneo ordenan los sistemas de relaciones públicas. Desde este punto de vista, la comunicación política está sujeta al ambiente. Como forma televisiva, esa comunicación de frecuencia esclarecedora por su carácter inesperado y de sentidos que toman forma en el curso temporal se ajustan a las leyes del marco de recepción; como dispositivo de persuasión de masas la comunicación política adopta el modelo dominante en las sociedades desarrolladas, a saber, el marketing.

La mediatización de la política lleva de un momento a otro a encontrarse con el marketing. Los políticos cada día se miran convencidos de la fuerza persuasiva de la publicidad e incorporan a su equipo de campaña a asesores en comunicación, publicitarios lanzados a la conquista de un nuevo espacio. Es así como la metodología del marketing se aplica con un derroche de estudios sobre una opinión pública segmentada y clasificada para hacerla blanco de campañas específicas.

Después de este recorrido conceptual, podemos distinguir que existen dentro de los procesos políticos y específicamente en momentos electorales, nuevas y variadas formas de transmisión de mensajes, así como nuevos canales de comunicación, dichas formas se ven identificadas en las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación; por lo tanto se podrá observar que en las páginas electrónicas de los candidatos a la presidencia de la república se entrelazan aspectos comunicativos y variadas modalidades de uso de tales tecnologías, dejando así, abierto un nuevo panorama de investigación en el campo de comunicación política observada en el marco de la democracia actual. Ya que tocamos el tema damos pie al siguiente capítulo, donde nos centramos en señalar de manera conceptual a la democracia.

CAPITULO 2 NUEVOS MEDIOS- NUEVOS MODOS

La intención del presente capítulo es dar cuenta de la importancia que tienen los medios de comunicación como herramienta de apoyo en los procesos políticos, sociales y cotidianos.

Los nuevos medios que se han creado a partir de necesidades de información y comunicación serán señalados a fin de tenerlos en cuenta como un elemento más de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación. Observaremos la forma en la que se han insertado en nuestro quehacer diario y la forma en la que han recobrado importancia y generado nuevas dinámicas de consumo, así como la creación de nuevas necesidades de información y producción de sentido ante las propuestas estratégicas de comunicación.

Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación han generado una persistente revolución en el manejo de información, generan cambios importantes en nuestra sociedad, gracias a su colocación e imperante uso se ha perpetrado el concepto de Sociedad de la Información, por ello se conocerá el concepto y la forma en que ha trascendido en los procesos políticos y sociales.

Así mismo, se da se realiza un breve acercamiento al concepto de hipertexto, considerado como una nueva forma de comunicar; así como, existe un lenguaje específico para cada uno de los medios de comunicación. así, la hipertextualidad podrá ser vista como un elemento imprescindible dentro de las nuevas plataformas comunicativas, o sea Internet y para los fines de nuestro reporte de trabajo veremos en el hipertexto se verán plasmados algunos elementos de las páginas electrónicas, objeto de estudio de este trabajo

Todo ello será con el fin de tener una mirada concisa sobre el papel que juegan los nuevos medios de comunicación y la tecnología moderna ingiriendo en las arenas políticas.

2.1 Medios de comunicación como nueva tecnología

El universo de los media se caracteriza por diferencias y analogías entre los diversos elementos que lo componen. "En un mundo en el que la evolución de las distintas partes está vinculada a la de todo el sistema en el que están integradas. Estamos afrontando el universo de los nuevos media que en los últimos años han modificado sensiblemente nuestro modo de comunicarnos y de desarrollar numerosas actividades creativas, lúdicas y profesionales"⁴⁰.

Pensamos que los nuevos media son manifestaciones que hoy caracterizan el entorno comunicativo en que vivimos; sin embargo, si consideramos su historia nos damos cuenta de que estos son a menudo el resultado de tendencias, investigaciones y manifestaciones vivas en nuestro contexto cultural.

Desde siempre, el hombre ha tenido la necesidad de comunicarse con los demás, de expresar pensamientos, ideas, emociones; de dejar huella de sí mismo. Así también se reconoce en el ser humano la necesidad de buscar, de saber, de obtener información creada, expresada y transmitida por otros. La creación, búsqueda y obtención de información son pues acciones esenciales a la naturaleza humana. Tal vez por eso los grandes saltos evolutivos de la humanidad tienen como hito la instauración de algún nuevo instrumento de comunicación.

En este sentido, Cordeiro⁴¹ señala que "La historia de la humanidad ha sido un proceso largo y complejo a través de muchos miles de años. Dicho proceso no ha sido lineal sino que, por el contrario, ha pasado por grandes

40 Bettetini, Gian Franco. Las nuevas tecnologías de la comunicación. Paidós Barcelona. 1995. Pág. 17.

41 Cordeiro, José Luis. *El Combate Educativo del Siglo. Benesuela Vs. Venezuela..* CEDICE. Caracas, 1998

revoluciones que han transformado completamente la forma en que los seres humanos se relacionan con el universo, cuya historia es muchísimo más larga". Cordeiro divide la historia de la evolución humana en tres etapas que califica como revoluciones, cada una de ellas caracterizada por una invención o nueva tecnología, a su vez relacionadas con alguna nueva forma de comunicación.

La primera fue la Revolución Agrícola, a partir del año 8000 a.C. cuando el hombre inventa la agricultura e inicia una nueva forma de vida: deja de ser nómada, abandona su etapa primitiva, comienza a formar comunidades estables y aparecen las primeras ciudades.

La segunda revolución de la humanidad, según la cronología de Cordeiro, es la Revolución Industrial, que precisamente marca su inicio a partir de la invención de la imprenta de Johannes Gutenberg en los años 1400 d.C. Con la imprenta se inicia una nueva etapa caracterizada por la masificación del conocimiento, porque crece el número de personas con acceso a la información escrita.

La tercera revolución, en la cual se encuentra inmersa aún la humanidad, es la Revolución de la Inteligencia. Cordeiro explica que esta última revolución se centra en el ser humano, en su capacidad de comunicarse y transformarse, y que la riqueza ya no estará determinada por el dinero y por las posesiones materiales sino por el conocimiento.

Para Cordeiro⁴² "independientemente del nombre, estamos viviendo la más grande revolución que haya conocido la humanidad hasta el momento". Y más allá de las visiones que muchos analistas tengan sobre la era postmoderna, ciertamente el hombre en la actualidad protagoniza una nueva revolución: La Revolución de la Información, una etapa de cambios rápidos y constantes que se inició con los grandes pasos de la computación y la informática y que tiene como hito a la Internet, esa "Red" que se reconoce como una nueva forma de comunicación humana, un nuevo salto en el proceso comunicativo.

Es así como queda claro que la evolución de la tecnología siempre ha significado un avance en los procesos de comunicación humana y, por supuesto, ambos elementos relacionados (Tecnología y Comunicación) han soportado uno a uno los escalones de la evolución natural de nuestra especie. Esa búsqueda del hombre por mejorar su forma de vida - proceso comunicativo incluido - es lo que ha empujado la emergencia constante de nuevas y mejores tecnologías. Así mismo, cada avance en el proceso comunicativo, acompañado de evolución tecnológica, permiten que existan hoy definiciones como las de Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento, ambos referidos a una era mundial donde aparentemente las posibilidades de comunicación humana ya son ilimitadas, donde la transmisión y transferencia de información se desarrolla en cantidades infinitas, desde cualquier rincón del mundo y con una rapidez increíble en otros tiempos.

Medios de Comunicación o Tecnología aplicada a la Información y Comunicación Masiva. A partir de las afirmaciones precedentes, se puede entonces incluir a los medios de comunicación (Radio, Prensa, Televisión) dentro de la concepción que se ha logrado construir en relación con las Tecnologías de Información y Comunicación. ¿Acaso no son los medios de comunicación, precisamente, instrumentos que facilitan y mejoran el proceso comunicativo del hombre, al hacer de éste una actividad de alcance masivo?

Cada una de las variantes de los medios de comunicación que se conocen en la actualidad han sido un aporte a la manera como el hombre se comunica con sus semejantes. Inclusive, para la historia de los medios de comunicación también es un punto de inicio la aparición de la imprenta, a partir de la cual surgieron en el mundo los primeros periódicos. Igualmente, la aparición de cada uno de los medios de comunicación masiva que hoy se conocen, significaron en su momento una revolución para la humanidad.

La prensa, la radio, el cine y la televisión son hoy una parte casi esencial de la cotidianidad del hombre moderno. Han sido objeto de estudios numerosos, reciben halagos y oprobios. Pero lo importante a destacar ahora, es que a partir de la definición que se reconoce de Tecnologías de Información y Comunicación, los medios de

42 Cordeiro, José Luis *El Combate Educativo del Siglo. Benesuela Vs. Venezuela..* CEDICE. Caracas, 1998.

comunicación son precisamente variadas formas de tales tecnologías, al representar una aplicación de conocimiento destinada a mejorar los procesos comunicativos del hombre.

Por otra parte, la creatividad humana es tan poderosa e infinita que la tecnología no sólo logra responder a la satisfacción de las necesidades del hombre, sino que inclusive ha llegado a empujar a la humanidad a crearse nuevas necesidades. Con la tecnología surgen nuevas formas de comercio y de trabajo. Las tecnologías de información y comunicación, como creación del hombre, logran superarse y mejorarse a sí mismas. Bajo tales premisas, los medios de comunicación son algo así como un apéndice de las tecnologías de información que responden a nuevas necesidades de comunicación humana, suponen nuevas formas de transmitir y recibir información, permiten nuevas formas de trabajo. Además, como todos los adelantos tecnológicos que se han dado hasta ahora, son puntos de referencia en la historia de la evolución humana.

2.2 Impacto de las Nuevas Tecnologías

Siendo los medios de comunicación un apéndice de las Tecnologías de Información y Comunicación, ciertamente resultan afectados a partir de los cambios constantes y emergentes que se suceden con relación a las TIC's. Inclusive desde la informática, la computación, y con la instauración de Internet, son diversos los aportes que se han hecho a los medios de comunicación, no sólo en cuanto al mejoramiento y optimización de sus particulares procesos de producción, sino en los modos de transmisión de sus mensajes, en la forma como se relacionan con el público y por supuesto, por tratarse también de organizaciones humanas, en su gestión gerencial estratégica, tanto interna como externa.

Los avances de la industria y el comercio también han sido posibles gracias a la evolución tecnológica. El impacto que la revolución tecnológica, signada en estos tiempos por la información, causa en las personas y en las organizaciones es hoy ya bastante evidente como para negar su utilidad. Con las Tecnologías de Información la sociedad mundial experimenta una revolución comercial y económica, porque traen consigo una infraestructura global, accesible y universal: Internet.

Se afirma que las tecnologías de información representan un aporte significativo en los procesos de producción, gestión y gerencia dentro de las organizaciones. Los medios de comunicación social, como factores de producción, no escapan a tales beneficios; pero además, sociólogos y comunicólogos aseguran que esta denominada revolución de la información logra cambios inclusive en las formas de comunicación social, tal como el hombre las conoce.

Ya desde hace un buen tiempo, la tecnología se abrió paso para revolucionar los rudimentarios procesos con los cuales se vio nacer a todos y cada uno de los medios de comunicación. En los periódicos, por ejemplo, hace más de una década que se habla de redacción electrónica. Pablos⁴³ asegura que hace tiempo que el periódico es electrónico: "El moderno rotativo diario o semanario -que lo mismo da- es un puro producto electrónico. Periódicos y revistas, como las redacciones de las agencias de prensa, son lugares de trabajo bañados del influjo de la electrónica. De esta forma, electrónica es la moderna redacción de textos y su recepción y transmisión".

En la Radio y la Televisión han sido valiosos los avances en programas computarizados para la edición de imágenes y sonido, así como la inclusión de sistemas cada día más especializados para lograr transmisiones a distancia en directo. Así, desde siempre la evolución de la tecnología ha sido también importante para mejorar la labor de los medios de comunicación. En el Cine por su parte, ya se habla de dibujos animados elaborados totalmente a través de programas de computación y los efectos especiales son más accesibles. Además, todos estos avances, aunque resulten costosos al inicio, han logrado en cada medio de comunicación el abaratamiento de los procesos tanto de producción como de transmisión de sus mensajes.

43 Pablos. José Manuel De *La Red es Nuestra*. Paidós Ibérica. España, 2001.

En la prensa, la evolución soportada en tecnología es evidente. Como respaldo a tal afirmación, Canga Larequi⁴⁴ reconoce que "las denominadas nuevas tecnologías de la comunicación/información inciden en la actualidad de forma determinante sobre la prensa escrita y llegan a condicionar el futuro de este medio".

Igualmente, Canga Larequi establece una cronología sobre la evolución tecnológica de la prensa que a su juicio está determinada por tres revoluciones.

Primera etapa	Segunda etapa	Tercera etapa
"Era Tipográfica" es la que se inicia con los trabajos de Gutenberg. En esta era todo el trabajo de impresión se realizaba a mano, y durante los 400 años que aproximadamente duró esta era el único avance importante fue la invención de la Prensa de Vapor, ideada por el alemán Frederic Koenig en 1814	"Era Mecánica" que se inicia a partir de la invención de la Linotipia, que permite la mecanización de la composición de textos. La linotipia es un sistema mecánico que permite la composición de líneas enteras y su invención se adjudica a otro alemán, Ottmar Mergenthaler, quien construyó la primera máquina en 1884	Es la revolución tecnológica en la historia evolutiva de la prensa es la que se conoce como la "Era Electrónica" que se inicia en la década de los 60, con la aparición y aplicación de las computadoras en la elaboración del periódico. Para Canga Larequi ⁴⁵ este fue el inicio del gran repunte de las nuevas tecnologías en la prensa "Y es a partir de los últimos años de la década de los 70 cuando el ordenador se muestra omnipresente en la producción industrial de periódicos. En la actualidad, el ordenador es imprescindible a la hora de realizar un diario.

Desde las redacciones electrónicas, pasando por las modernas fotocomponedoras, la realización de planchas para la impresión, la selección de colores y el control de las rotativas (control de papel, la tinta y la calidad de impresión), todo, absolutamente todo el proceso es dirigido por las computadoras. Esto si hacemos referencia exclusivamente a la producción material del diario, pero no hay que olvidar que también las labores de administración, servicios de publicidad y la distribución (listas de quioscos y suscriptores) están bajo el control de sistemas informatizados".

Tal como indica Canga Larequi, hoy las nuevas tecnologías de información y comunicación hacen mayores aportes a la prensa, porque además de todos los avances señalados, permiten también la obtención de información de manera más rápida, directa y precisa sobre los acontecimientos. Igualmente, las capacidades de almacenamiento que existen hoy aumentan las posibilidades de archivo y manejo de información a los profesionales de la prensa. Además existen nuevos canales para la obtención de información desde la fuente (el teléfono móvil y el correo electrónico han permitido ganar tiempo en numerosas oportunidades).

Así, no puede negarse que las tecnologías de información y comunicación, en constante progreso, han significado la evolución misma de los medios de comunicación en cuanto a sus procesos. Pero hay más, la era de la computación, la informática e Internet, abre a los medios de comunicación un sinfín de nuevas oportunidades de trabajo, nuevas áreas de acción y nuevos mercados.

En el caso de la radio y la televisión, el impacto no ha sido menor ni diferente. Gracias a las tecnologías de información y comunicación, y respaldados en los avances científicos tecnológicos que se van desarrollando en el mundo, los procesos de producción y transmisión tanto de imágenes y sonidos a grandes masas ha mejorado

44 Canga Larequi, Jesús. *La Prensa y las Nuevas Tecnologías*. Manual de la Redacción Electrónica. España, 1988

45 Canga Larequi, Jesús. *La Prensa y las Nuevas Tecnologías*. Manual de la Redacción Electrónica. España, 1988.

notablemente. La transmisión satelital por ejemplo, permite hoy que la señal de una radio en Venezuela pueda llegar a otros rincones del mundo en vivo y directo, de manera efectiva. Igualmente, se sabe hoy de transmisiones en microondas, de monitores portátiles de audio y video, de micrófonos inalámbricos, etcétera.

En este sentido, con respecto al impacto de las nuevas TIC's en la radiodifusión, Murelaga⁴⁶ afirma que "Las cadenas de radio, por lo menos, las que tienen una gran difusión comienzan a dar ese salto hacia la modernidad y empiezan aunque por el momento a un ritmo lento a sacrificar métodos analógicos por instrumentos digitales".

Para Murelaga, salvo algunas excepciones, las emisoras de radio que se precien de serlo tienen hoy informatizadas sus redacciones, utilizan Internet como fuente directa para la obtención de información (para su difusión y la producción programática) poseen programas y equipos para las transmisiones telefónicas (por conexión fija y móvil) y combinan equipos de grabación que van desde la casetera convencional hasta los modernos mini-discos, el disco compacto y el DVD (Digital Versatile Disk). Así también manejan en sus estudios, modernos sistemas de grabación, edición y transmisión en equipos computarizados, apoyados en nuevas tecnologías y software.

Algo parecido sucede en la televisión, donde las tecnologías han mejorado los procesos de producción, edición y transmisión de mensajes en video. La evolución tecnológica es lo que ha permitido, por ejemplo, las transmisiones en vivo y directo de canales de televisión desde cualquier lugar exterior que deseen (fuera de sus estudios de transmisión) hacia los receptores en los hogares que reciben su señal. Igualmente han variado los formatos para la grabación, tanto de cámaras como de cintas de video existen hoy una cantidad considerable de versiones.

El último aporte ha sido la cámara digital, mucho más pequeña que las convencionales y con la opción de grabar (guardar) la información audiovisual en formatos digitales (disquete o disco compacto). Así mismo han mejorado notablemente los programas de edición de imágenes.

2.3 La nueva era de la comunicación

Por estas se entiende a una serie de nuevos medios como los hipertextos, los multimedia, internet, la realidad virtual o la televisión por satélite. Estas nuevas tecnologías giran de manera interactiva en torno a las telecomunicaciones, la informática, los audiovisuales y los multimedia⁴⁷ pero, ¿por qué se dice que son "nuevas" tecnologías?, ¿qué es lo nuevo?

Considerando que la historia del hombre está en constante cambio la tecnología como creación humana es dinámica porque evoluciona al ampliar su cuerpo teórico-práctico y sus herramientas. La tecnología debe ser compatible con los conocimientos y valores que exige la sociedad debe adecuarse a los procesos humanos. Así, lo que para hace 40 ó 50 años era nuevo como la televisión y la radio, ahora lo son las telecomunicaciones, el video y la informática, con sus diversas ramificaciones, "las nuevas tecnologías no suponen una ruptura con las anteriores se trata más bien, de un proceso evolutivo. Los medios de comunicación de masas: prensa, cine, radio, televisión; lejos de ser abolidos por las innovaciones técnicas, se rejuvenecen y se actualizan por ellas"⁴⁸.

46 Murelaga, Jon. *La Radio Frente a la Revolución Digital* Año 1 No. 1 Junio 2000. Disponible en: www.coranto.net
Revista de Periodismo Digital

47 Cabero, Julio. *Tecnología Educativa: Utilización didáctica del video*. Sevilla, 1989.

48 Apolunio, Ibett. El pedagogo frente a las nuevas tecnologías de comunicación e información como herramienta de la capacitación. En Cabero, Julio. *Tecnología Educativa: Utilización didáctica del video*. Sevilla, 1989.

Esta evolución da lugar a nuevas tecnologías que surgen de la unión de varias tecnologías principalmente con la unión a la informática. Por ejemplo la unión del video con la informática genera el video interactivo, a este tipo de medios se les ha clasificado dentro del sistema multimedia.

Por tanto, algunas de las definiciones que se han dado para nuevas tecnologías de la información son:

- "Todos aquellos medios de comunicación y de tratamiento de la información que van surgiendo de la unión de los avances propiciados por el desarrollo de la tecnología electrónica y las herramientas conceptuales, tanto conocidas como aquellas otras que vayan siendo desarrolladas como consecuencia de la utilización de estas mismas nuevas tecnologías y de avance del conocimiento humano"⁴⁹.
- "Suelen considerarse como aquellos instrumentos técnicos que giran en torno a la información y a la comunicación y a los nuevos descubrimientos que sobre las mismas se van originando. Estos medios electrónicos crean, almacenan, recuperan y transmiten la información de forma rápida y en gran cantidad"⁵⁰.

Estas nuevas tecnologías son entonces las aplicaciones más recientes de innovaciones técnico científicas conseguidas en las últimas décadas del siglo pasado y que en estos primeros años del siglo XXI se han potenciado.

Además el término nuevas tecnologías ha sido relacionado únicamente con los avances en telecomunicaciones e informática; sin embargo, abarca mucho más. Antes que los desarrollos en comunicaciones e informática, existe una base de saberes tecnológicos que no son tan nuevos y que forman parte de la plataforma sobre la cual avanza el desarrollo y la producción de bienes y servicios.

Los avances en tecnología que se expresan socialmente como *nuevos* tienen su historia y no aparecen repentinamente; pasaron por el campo de las competencias más elementales y por la maduración cultural y cognitiva. Las llamadas nuevas tecnologías están caracterizadas por la extrema rapidez de su evolución y por su potente impacto transformador de la estructura social, pero han sido posibles gracias a la capacidad humana de evocar, aprender y construir conocimiento.

Desde la invención de la imprenta, las tecnologías de información y comunicación han tenido efectos aceleradores en las transformaciones sociales y culturales expandiendo el comercio y la educación, engendrando nuevas actitudes y comportamientos y redefiniendo las relaciones humanas institucionales. "Aunque la relación entre el cambio social y las tecnologías de comunicación es compleja y multifacética, es, sin embargo, generalmente aceptado que las tecnologías de comunicación e información tiene la capacidad de democratizar el acceso público a la información y amplían a una diversidad de pueblos la oportunidad de adquirir y generar conocimiento"⁵¹.

Por *Tecnologías de la información o Tecnologías de la información y de la comunicación* (TIC) se entiende un término difuso empleado para designar lo relativo a la informática conectada a Internet, y especialmente el aspecto social de éstos. TIC'S: Se denomina así (en forma simplificada) a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

También se las suele denominar Ntic's (por Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación)

49 Ríos José y Cebrian M. *Nuevas Tecnologías aplicadas a las didácticas especiales*. Pirámide. Madrid, 2000. pág. 17

50 Cabero, Julio. *Tecnología Educativa: Utilización didáctica del video*. Sevilla, 1989 pág. 18

51 Sánchez de Armas, Miguel Ángel. *Comunicación y Globalidad. Ensayos de ecología cultural*. Fondo Editorial Internacional de Comunicación. México 1998. Pág. 105

El concepto de tecnologías de información y comunicación presenta dos características típicas. Por una parte se usa frecuentemente en los debates contemporáneos, especialmente por la clase política. Por otra parte el término nada en una borrosidad semántica ejemplar, que es por lo que posiblemente los políticos tengan tanto gusto por usarlo.

Parece pues necesario conectar el concepto a un conjunto de estructuras materiales, localizar el origen de la difusión de estas estructuras en el tiempo y en el espacio geográfico y delimitar el fenómeno del espacio virtual que estas estructuras hacen posible.

Las TIC agrupan un conjunto de aparatos necesarios para administrar la información, y especialmente los ordenadores y programas necesarios para convertirla, almacenarla, administrarla, transmitirla y encontrarla. Los primeros pasos hacia una sociedad de la información se remontan a la invención del telégrafo eléctrico, pasando posteriormente por el teléfono fijo, de la radiotelefonía y, por último, de la televisión. Internet, la telecomunicación móvil y el GPS pueden considerarse como nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Por otro lado también es necesario conceptualizar las ideas mismas de técnica y tecnología. Para José Manuel Ríos y Manuel Cebrian, la técnica esta relacionada con "los procedimientos, estrategias y los métodos que transforman los conocimientos teóricos y conceptos a realidades concretas mientras que la tecnología se refiere a la herramientas y recursos que el hombre utiliza"⁵². Por lo tanto y según estas concepciones consultadas en un trabajo de investigación que se realizó en 2004 en la Universidad Nacional Autónoma de México por Edith Camacho Torres, se puede decir que tanto la técnica como la tecnología son compañeras, y que en el último siglo han crecido exponencialmente favoreciendo el desarrollo tecnológico, generando nuevos conocimientos teóricos-científicos y cambios socioculturales.

Inclusive en el campo de la política se ha analizado la medida en que la tecnología favorece los procesos comunicativos y de generación de información desde el seno de los partidos con miras a la difusión de lo que se pretenda dar a conocer.

Está dicho que los avances en los modos de comunicación del hombre están sustentados en la evolución de la tecnología. El emprendedor espíritu del ser humano se mantiene en una búsqueda constante de nuevos modos de hacer de la vida del hombre un asunto cada vez más cómodo y agradable.

La tecnología⁵³ es justamente el medio que ha permitido responder cada vez mejor a las necesidades humanas facilitando y simplificando procesos; por ejemplo la computación y la informática son apenas un ejemplo de las capacidades inventivas de la humanidad dirigidas en estos tiempos urbanos a simplificar las actividades del hombre.

52 Castells, Manuel. *La sociedad red. La era de la información. Vol.I.* Alianza Editorial. Madrid, 1999.

53 Canga Larequi, Jesús. *La Prensa y las Nuevas Tecnologías. Manual de la Redacción Electrónica.* Madrid, España 1988 la Tecnología es: "El resultado de una aplicación racional de principios científicos y de ingeniería a la invención y la manufactura de una herramienta destinada a lograr ciertas tareas específicas"⁵³. La Tecnología es pues la técnica que emplea el conocimiento científico para controlar, transformar o crear determinados objetos o procesos. Se refiere a conocimiento científico aplicado con la intención de mejorar rutinas concretas.

Ahora bien, la tecnología es entonces un instrumento encaminado a obtener resultados prácticos y concretos en el campo determinado en el cual se aplica. Pablos afirma que "En todo caso, lo que encontramos es que las tecnologías modernizan el proceso, pero mantienen el producto. Éste es el gran principio de las nuevas tecnologías, entender que sólo son piezas para aligerar un procedimiento, para obtener el mismo resultado con mayores facilidades, tal vez con menor esfuerzo humano"

Por tanto, es prudente destacar que el término "Tecnología" por sí mismo es genérico, responde a todo tipo de actividad, es un vocablo que adquiere sentido real cuando se acompaña de un término complementario que se refiera con precisión, a la actividad a la cual se aplica el conocimiento científico. En este caso, la tecnología que se aplica para facilitar y mejorar el proceso de información y comunicación humana es entonces la que se conoce como Tecnología de Información y Comunicación (TIC).

Tomando como base el concepto que se asume sobre Tecnologías de Información y Comunicación, éstas pueden entonces referirse incluso a las formas de comunicación más rudimentarias del hombre, porque al fin y al cabo la tecnología - por tratarse de conocimiento específicamente aplicado - no es una concreción estática, sino que por el contrario es cíclica y dinámica: Lo que resulte hoy novedoso y emergente fácilmente puede ser obsoleto mañana. Podría entonces tal definición aplicarse a la escritura, a la imprenta, al teléfono, a la radiocomunicación; en fin, a todo proceso o instrumento que en la historia de la humanidad represente un avance en cuanto a las técnicas de comunicación del hombre.

No obstante, la rapidez y constancia de los cambios en el mundo de hoy, es lo que da forma a la definición de Tecnologías de Información, porque es bien cierto que el término, aunque puede ser aplicable a otros modos remotos de comunicación, es prácticamente moderno y es reconocido a partir de la revolución que se observa en el mundo actual, caracterizada por la informática, la computación y el reboso de Internet. Es decir, de Tecnologías de Información y Comunicación se habla a partir del instante en que la sociedad mundial comenzó a experimentar cada vez más rápidos y continuos procesos de cambio; cambios sustentados en un constante progreso científico- tecnológico.

En tal sentido, Canga Larequi⁵⁴, define la tecnología de información y comunicación como un estudio sistematizado del conjunto de procedimientos que están al servicio de la información y la comunicación. Pero la concepción de Tecnologías de Información y Comunicación no puede verse de manera aislada porque se trata de una definición que se enmarca dentro de las actividades humanas. Es así como los avances en la tecnología aplicada al proceso comunicativo dependen en cierta medida de los avances tecnológicos que la humanidad logre en otras áreas del conocimiento científico y esta evolución es la que ha permitido que el proceso comunicativo del hombre tenga hoy características casi ilimitadas en cuanto a tiempo y espacio.

Bajo esta perspectiva, la concepción moderna de las tecnologías de información y comunicación comprende entonces aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de señales analógicas, sonidos, texto e imágenes, manejables en tiempo real. Se relaciona con equipos de computación, software, telecomunicaciones, redes y bases de datos. Porque como ya se ha dicho, la evolución del proceso comunicativo humano está directamente relacionada con la evolución tecnológica de la humanidad.

2.4 Sociedad de la información

Gracias a la inserción ampliamente recurrida de las nuevas tecnologías en nuestro acontecer y a las necesidades que se han creado a partir de su uso dentro de nuestra sociedad se ha creado el concepto de sociedad de la información, pues hay que reconocer, en primer lugar, que los medios de comunicación, aunque en sí mismos conforman un sector particular que muchas veces es separado del área industrial, se conciben como una empresa en cuanto son organizaciones que desarrollan un determinado proceso de producción para cumplir con un determinado servicio. Con base en estas premisas, si Internet y las demás herramientas emergentes de la denominada Sociedad de la Información han tenido su impacto en la manera como se practica la gerencia en las organizaciones empresariales, es obvio que también deben haberse generado diversos cambios sustanciales en la forma como se gerencia un medio de comunicación.

Todo lo que encierra el término "Sociedad de Información porque al igual que Internet, parece que da para todo y para todos. Flores Vivar y Miguel Arruti refieren que "la expresión 'sociedad de la información' es todavía un término del que se hace uso sin conocer realmente su significado. ¿Se trata acaso de una actualización de la

54 Canga Larequi. *La Prensa y las Nuevas Tecnologías. Manual de la Redacción Electrónica*. Madrid, España. 1988.

telefonía? ¿O de un cambio radical en la evolución de la información (como el invento de la imprenta), que anuncia el nacimiento de una nueva sociedad donde se reconsideran hasta interacciones tan elementales como el comercio al detalle?"⁵⁵.

El concepto tiene, así como las tecnologías de información e Internet, defensores y detractores. Para muchos es una panacea, una utopía que tiene su origen precisamente en la revolución que ha protagonizado la humanidad con la introducción en red de la información.

Para algunos otros la Sociedad de la Información es un fenómeno mundial que tiene lugar a partir del momento cuando personas, instituciones y empresas -apoyadas en el uso de computadoras, telecomunicaciones y software - se conectan a Internet para interactuar con la finalidad de comprar, vender o intercambiar información.

Ahora bien, se trate o no de un concepto construido para satisfacer ambiciones particulares de grupos económicos o políticos, existe a partir del instante en que toma forma esta revolución que atraviesa el mundo en los últimos años: La revolución de Información. Tomando como base que una revolución es una especie de sacudón que lleva al mundo a establecer nuevas formas de rutina (rutina en un sentido sumamente amplio) a partir de alguna invención o creación determinante, ciertamente es justo afirmar que la humanidad atraviesa una Revolución de la Información, porque hoy se imponen nuevas formas de rutina para el hombre, que se establecen alrededor de una invención determinante que particularmente, permite a los hombres manejar un flujo de información en cantidades, y con facilidades de acceso, antes inimaginables.

De esta "sociedad" o revolución de información se desprendieron nociones como el comercio electrónico y la gestión de conocimiento, concepciones de las que ya se ha hablado en proporciones satisfactorias en el ámbito de la gerencia organizacional y estratégica, y a cuyos ya distinguidos beneficios no escapan los medios de comunicación.

Está dicho que el motor de la revolución actual está concentrado en las tecnologías de información. En el caso de las empresas, la revolución de la información ha permitido cambiar radicalmente los procesos gerenciales y se colocan a la vanguardia las organizaciones ávidas de tecnología, se crea un mercado global más competido, sin fronteras, y se obliga a las empresas a un constante cambio como única manera de sobrevivir y triunfar.

Entre las ventajosas características que se reconocen a la revolución de la información, destaca el crecimiento vertiginoso de la capacidad de las computadoras para procesar y almacenar información, cada vez más a menor costo. Es así, como dentro de los conceptos que se manejan a partir de la revolución de las TIC's resaltan también los Sistemas de Información.

Un Sistema de Información comprende todas las formas de tecnologías de información y comunicación aplicadas a una situación organizacional específica. En tal sentido, no se trata tampoco de una invención reciente, sólo que en los últimos años es cuando ha tomado auge la discusión sobre tecnologías de información y sistemas de información, instrumentos, técnicas y procesos que simplemente han ido en constante evolución hasta poseer las competitivas y poderosas ventajas que se les adjudica hoy.

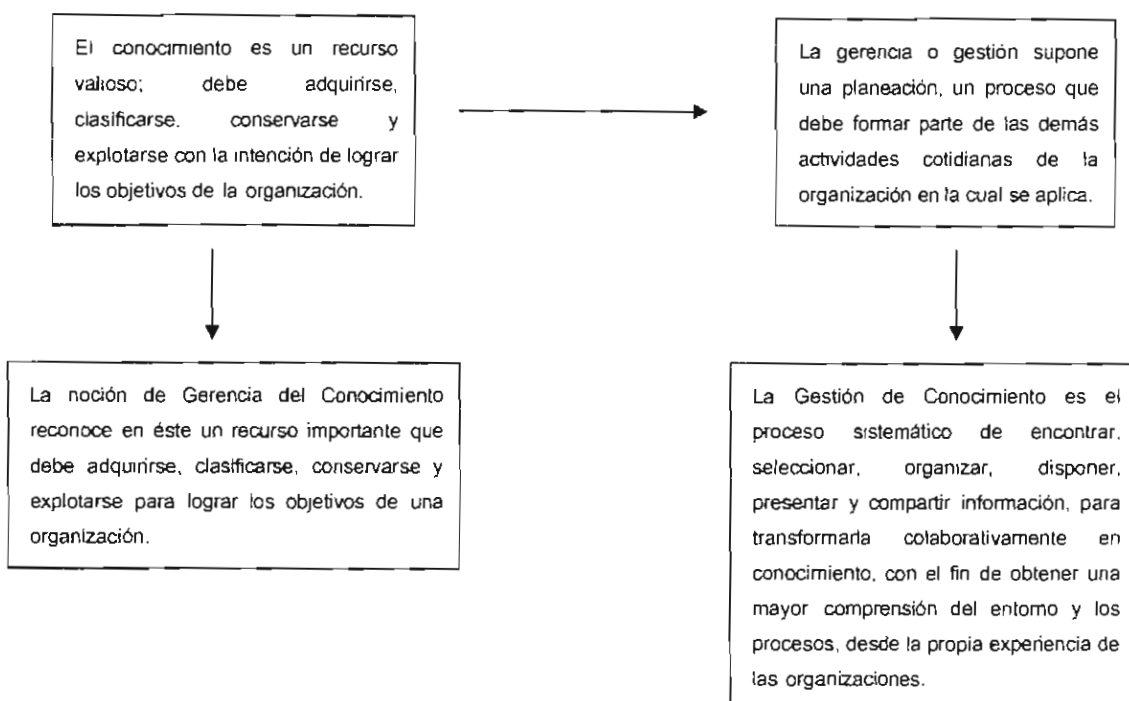
En principio los sistemas de información se utilizaron para automatizar el procesamiento de datos. A medida que se desarrollaron en el área tecnológica más y mejores aplicaciones para el procesamiento de datos, los gerentes y académicos comenzaron a entender que los datos, en formato electrónico, podían transformarse en

55 Flores Vivar y Miguel. Arruti. *Ciberperiodismo*. Ediciones 2010. España. 2001

información útil para el control y la gestión dentro de las organizaciones. Así se comenzó a hablar de sistemas de información gerencial.

A partir de aquellas nociones también nacen los conceptos de Gestión de Información y Gerencia de Información y Conocimiento: Como la información se reconoce como un factor de éxito empresarial y cada día es más abundante y diversa, procede de múltiples fuentes y llega en diferentes formatos, la estrategia competitiva de las empresas del presente y del futuro debe pues centrarse en acciones e instrumentos que permitan recoger, ordenar, explotar y manipular información para obtener de ella un valor añadido. Lo importante no es la información en sí misma, sino la cantidad y clase de conocimiento que puede obtenerse de ella.

La Gerencia de Información que supone la identificación, análisis y administración de la información que se considere valiosa para una organización se transforma y evoluciona para dar forma a la Gestión o Gerencia de Conocimiento, una noción que parte de dos premisas:



En la Gerencia de Información y Conocimiento tienen los medios de comunicación, como organizaciones generadoras y procesadoras de información, diversas herramientas que sin duda contribuyen a mejorar sus gestiones y a impulsar su éxito.

Por ello las nociones que se desprenden de la Revolución de la Información no sólo favorecen la gestión en los medios tradicionales, sino que como ya se ha dicho, abren nuevas áreas de acción para la comunicación social, significan un desafío, un reto para las organizaciones y empresas de comunicación del presente y el futuro que realmente aspiren tener un lugar de reconocimiento en esa llamada "Sociedad de Información", esa que se relaciona a través de Internet, que utiliza a la Red como entorno de comunicación.

Es a partir de todos los conceptos y nociones que surgen de las discusiones sobre Internet, Sociedad de la Información y Tecnologías de Información y Comunicación, que se desprenden todas las nuevas oportunidades y desafíos para los medios de comunicación y por supuesto, para los comunicadores sociales de profesión. Desde esta nueva forma de ver y vivir el mundo, se establecen también nuevas formas de ver y vivir la profesión.

de la comunicación social, una discusión que al igual que el instrumento que la obliga (Internet) tiene dimensiones inimaginables.

A partir de tales cuestiones se puede reconocer que hoy en día, los progresos en las denominadas tecnologías de la información, que abarcan los equipos y aplicaciones informáticas y las telecomunicaciones, están teniendo un gran efecto. De hecho, se dice que estamos en un nuevo tipo de sociedad llamada Sociedad de la información o Sociedad de Conocimiento, que viene a reemplazar a los dos modelos socioeconómicos precedentes, la sociedad agraria y la sociedad industrial.

La sociedad de la información ofrece una oportunidad extraordinaria, pero también un desafío mayor ante el que tenemos que reaccionar activamente. De ahí que deseemos debatir intensamente sobre cómo está desarrollándose nuestra sociedad y cómo puede desarrollarse en vista de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías o New Media.

La introducción progresiva de estas tecnologías consigue un cambio de nuestra sociedad. Se habla de sociedad de la información o sociedad del conocimiento. En efecto, no se trata de el cambio de la sociedad no informatizada a la misma sociedad pero empleando las TIC, sino de un cambio en profundidad de la propia sociedad. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación designan a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas pero también las herramientas que permiten una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad. La puesta en práctica de las TIC afecta a numerosos ámbitos de las ciencias humanas como la sociología, la teoría de las organizaciones o la gestión... Un buen ejemplo de la influencia de los TIC sobre la sociedad es el gobierno electrónico. Como colofón a los progresos que aportan, las TIC crean nuevas formas de exclusión social por la aparición de una "brecha digital".

Según la propuesta de Juan Luís Cebrián, las nuevas tecnologías ofrecen oportunidades para ayudar a superar desafíos sociales, económicos e incluso ecológicos. Ellas pueden puentear crecientemente distancias y tiempos gracias al tele trabajo, a las tele compras, a los servicios médicos a distancia o a los servicios bancarios a domicilio. Más aun, tales tecnologías promueven la generalización del aprendizaje a lo largo de toda la vida al hacer la educación más fácilmente individualizada y asequible. Sin embargo, la sociedad de la información que resulta de la mirada de tales desarrollos está aún cargada de ambivalencias. Se dice, por ejemplo, que "la *Galaxia Gutenberg* se está agotando, aunque el desarrollo cultural nunca ha sido más dependiente que ahora del soporte impreso"⁵⁶.

La Sociedad de la Información ofrece abundancia de contenidos justamente por la propagación de la Internet, posibilidades de comunicación y de intercambio entre personas de todo el mundo. La época es –de la gran velocidad y de la intensidad de los cambios- donde la información y la comunicación se han constituido en los bienes más preciados.

Esta nueva realidad puede definirse como "sociedad de la información o era de la comunicación". El eje articulador de los cambios es "el proceso de globalización o mundialización", que significa el achicamiento del mundo por la erosión de las fronteras y la reconfiguración de los ejes de decisión. De allí que en la bibliografía sobre comunicación, Internet y nuevas tecnologías se menciona el término y la imagen divulgados a través de McLuhan de la "aldea global" refiriéndose a los asuntos que tenían alcance local que se tomarían globales.

En la base del desarrollo global se encuentra la "convergencia" de la microelectrónica, las computadoras y las telecomunicaciones. Esta convergencia se refiere a la sustitución de los canales que venían operando de manera diferenciada: la telefonía, el fax, la televisión, los reproductores musicales por la transmisión de la información digital vía interfaces (switches), un sistema de traducción para que puedan comunicarse computadoras configuradas de manera diferente. El exponente paradigmático de estas tecnologías es la Internet o la red de redes de computadoras conectadas entre sí a través del mundo, que ofrece servicios de comunicación: el correo electrónico, las teleconferencias, los bancos de datos, los boletines electrónicos y

⁵⁶ Cebrián, Juan Luís. La Red. Santillana Ediciones. España. 2000.

especialmente –por la multiplicación actual- de la posibilidad de ofrecer información al conjunto de la red, o las páginas WEB. Internet se convirtió en un sistema descentralizado, horizontal que puede movilizar cualquier cantidad de información, de manera bi o multidireccional y con un gran potencial para la interactividad, de allí que se la presente como una telaraña.

La Sociedad de la Información es entonces un fenómeno originado por medio de las nuevas tecnologías, de principios, organizaciones, instituciones que permiten hablar de un "nuevo modo de producción". "A la vez que esa sociedad es portadora de nuevos riesgos y oportunidades para el desarrollo humano"⁵⁷.

Las características de esta sociedad de la información se presentan como: 1) un fenómeno exuberante por la gran cantidad de datos; 2) con la omnipresencia, porque existe un nuevo escenario que obliga a cambiar constantemente contenidos tanto en lo ideológico, en lo político, en lo cultural como en las vidas privadas; 3) por la irradiación ya que las barreras geográficas se han difuminado y las distancias físicas se toman relativas en comparación con un pasado reciente; 4) por la multilateralidad/centralidad porque hay mensajes de procedencias diversas pero prevalecen los contenidos diseñados en la metrópolis culturales; 5) por la interactividad / unilateralidad, ya que todos podemos ser autores de nuestros propios mensajes y responder a los contenidos que otros nos ofrecen; 6) por la desigualdad, ya que la concentración de la Internet y la difusión de la sociedad de la información y el conocimiento sigue siendo un privilegio de los países centrales; 7) por la heterogeneidad, ya que en la red existe de todo y no solo contenidos científicos, por el contrario suelen abundar los banales; 8) por la desorientación, ante el cúmulo de información los/las usuarios/as suelen marearse, "se necesita formación, capacitación" para detectar los contenidos del conocimiento; 9) de esta forma la red ha generado masas pasivas más que activas, en tanto consumidores más que emanadores de contenidos; aún no se ha producido "la democratización de la Internet"⁵⁸.

La tecnología se propone mejorar u optimizar nuestro control del mundo real, para que responda de manera rápida y predecible a la voluntad o el capricho de la sociedad, aunque no siempre sea en su beneficio. La tecnología es también la provincia de la industria y de la empresa comercial; para nada sirve si sus productos no responden a las necesidades de los consumidores.

Tradicionalmente la tecnología ha progresado por el método empírico del tanteo. La tecnología ha estado a la vanguardia en muchos campos que posteriormente adquirieron una sólida base científica. Se dice que los efectos la tecnología constituyen un "impacto". La tecnología derrama sobre la sociedad sus efectos ramificados sobre las prácticas sociales de la humanidad, así como sobre las nuevas cualidades del conocimiento humano.

Los beneficios que trae consigo la tecnología moderna son muy numerosos y ampliamente conocidos. Una mayor productividad proporciona a la sociedad unos excedentes que permiten disponer de más tiempo libre, dispensar la educación y, de hecho, proseguir la propia labor científica.

Por otro lado la tecnología de la información, esta imponiendo nuevas necesidades sociales, una de ellas es la participación en los procesos electorales, pues "hoy en día la mayoría de procesos electorales en el sector público en el mundo involucran tecnología informática en la fase de recuento de los votos. Esta informatización

57 Castells, Manuel. *La sociedad red. La era de la información. Vol.I.* Alianza Editorial. Madrid, 1999

58 Trejo Delarbre, Raúl. *Vivir en la Sociedad de la Información. Orden global y dimensiones locales en el universo digital.*

Número 1, Septiembre - Diciembre 2001; Disponible en: www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm

es la que permite que actualmente podamos disfrutar de los resultados finales de las elecciones en tan poco tiempo”⁵⁹.

Recientemente los avances tecnológicos están favoreciendo que se introduzca la posibilidad de un cambio de paradigma. La utilización de tecnología abre un nuevo abanico de posibilidades que van mucho más allá del incremento de velocidad en la difusión de la información sino en la inserción de un recurso o una herramienta más en los procesos electorales.

Como nueva sociedad de la información constantemente adoptamos nuevos modos de ver los mensajes y de observar a los mensajes, de ahí que se desprendan formas específicas de apreciación de los textos y mensajes

2.5 Nueva apreciación: Hipertexto

En S/Z, Roland Barthes describe un ideal de textualidad que coincide exactamente con lo que se conoce como hipertexto electrónico, un texto compuesto de bloques de palabras (o de imágenes) electrónicamente unidos en múltiples trayectos, cadenas o recorridos en una textualidad abierta, eternamente inacabada y descrita con términos como nexo, nodo, red trama y trayecto.

Dice Barthes: “En este texto ideal, abundan las redes (réseaux) que actúan entre sí sin que ninguna pueda imponerse a las demás; este texto es una galaxia de significantes y no una estructura de significados; no tiene principio, pero sí diversas vías de acceso, sin que ninguna de ellas pueda calificarse de principal; los códigos que moviliza se extienden *hasta donde alcance la vista*; son indeterminables...; los sistemas de significados pueden imponerse a este texto absolutamente plural; pero su número nunca está limitado, ya que está basado en la infinitud del lenguaje”⁶⁰

Como Barthes, Michel Foucault concibe el texto en forma de redes y nexos. En *Archeology of Knowledge*, afirma que “las fronteras de un libro nunca están claramente definidas”, ya que se encuentra –atrapado en un sistema de referencias a otros libros, otros textos, otras frases: es un nodo dentro de una red... una red de referencias-⁶¹. Como todos los estructuralistas y posestructuralistas, Barthes y Foucault describen el texto, el mundo de la literatura, y las relaciones de poder y categoría que implican, en términos que también pueden aplicarse al campo del hipertexto informático.

Hipertexto, expresión acuñada por Theodor H. Nelson en los años sesenta, se refiere a un tipo de texto electrónico, una tecnología informática radicalmente nueva y, al mismo tiempo, un modo de edición. Como él mismo lo explica: ~con “hipertexto”, me refiero a *una escritura no secuencial*, a un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva. De acuerdo con la noción popular, se trata de una serie de bloques de texto constados entre sí por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario⁶².

Así que el hipertexto implica un texto compuesto de fragmentos de texto, lo que Barthes denomina *lexias* y los nexos electrónicos que los conectan entre sí. La expresión hipermedia simplemente extiende la noción de texto

59 Riera Jorba, Andreu. *Boletín del Criptonomicón*. No. 90; Disponible en: www.iec.csic.es/cryptonomicon

60 Barthes, Roland. *S/Z*. Éditions du Seuil. París Francia, 1970 en Landow, George P. *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Paidós. Barcelona, 1992

61 Foucault, Michel. *The Archeology of Knowledge*. Harper Colophon. Nueva York, 1976 en Landow, George P. *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Paidós. Barcelona, 1992

62 Nelson, Theodor H. *Literary Machines*. Swartmore. París, 1981 en Landow, George P. *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Paidós. Barcelona, 1992

hipertextual al incluir información visual, sonora, animación y otras formas de información. Puesto que el hipertexto, al poder conectar un pasaje de discurso verbal a imágenes, mapas, diagramas y sonido tan fácilmente como a otro fragmento verbal, expande la noción de texto más allá de lo meramente verbal, por lo que no es necesario hacer la distinción entre hipertexto e hipermedia.

Con hipertexto, pues, simplemente nos referiremos a un medio informático que relaciona información tanto verbal como no verbal. Los nexos electrónicos unen lexias tanto externas a una obra, por ejemplo un comentario de ésta por otro autor, o textos paralelos o comparativos, como internas y así crean un texto que el lector experimenta como no lineal o, mejor dicho como multilineal o multisecuencial. Si bien los hábitos de lectura convencionales siguen validos dentro de cada lexia, una vez que se dejan atrás los oscuros límites de cualquier unidad de texto, entregan en vigor nuevas reglas y experiencias.

El hipertexto difumina las fronteras entre el lector y escritor y con ello presenta otra calidad de texto ideal de Barthes. A la luz de los cambios actuales en informática, la distinción de Barthes entre texto del lector y texto de escritor coincide con la distinción entre los textos basados en la tecnología de la imprenta y el hipertexto, ya que este último alcanza: *el objetivo de la obra literaria, que consiste en hacer del lector, no un consumidor sino un productor del texto. Nuestra literatura se caracteriza por el despiadado divorcio que la institución literaria mantiene entre el productor del texto y su usuario, entre el propietario y el cliente. El lector se encuentra sumergido en una especie de ociosidad, es intransitivo, e incluso serio: en vez de funcionar por sí mismo, en lugar de acceder a la magia del significante, a los placeres de la escritura se lo deja sólo con la pobre libertad de aceptar o rechazar el texto: leer no es más que un referéndum. Frente al texto de escritor, se encuentra su contrario, su homólogo negativo y reactivo: lo que puede ser leído pero no escrito: el texto de lector. Cualquier texto de lector puede considerarse texto clásico.*

- Descripción que hacen los diseñadores de Intermedia, uno de los más avanzados sistemas de hipertexto desarrollados hasta la fecha, del lector activo que el hipertexto requiere y crea:

A la vez herramienta para el escritor y medio para el lector, los documentos en hipertexto permiten a los escritores, o a grupos de autores, conectar datos entre sí, crear trayectos en un conjunto de material afin, anotar textos ya existentes y crear notas que remitan tanto a datos bibliográficos como al cuerpo del texto en cuestión... El lector puede pasearse por esos textos anotados, referidos y conectados de forma ordenada aunque no secuencial⁶³.

Para tener una idea de cómo el hipertexto produce un texto de lector de Barthes, examinemos como VD., lector de este libro, lo leería en una versión en hipertexto. En primer lugar, en vez de manejar un ejemplar impreso, lo estaría leyendo en una pantalla de ordenador. Las pantallas actuales que no tienen la movilidad y tacto de los libros impresos, hacen la lectura un poco más difícil. A las personas que, como yo suelen leer tumbadas en la cama o en el sofá, la pantalla puede parecerles menos práctica. Por otro lado, la lectura en Intermedia, el sistema de hipertexto con el que trabajo ofrece varias compensaciones importantes. Al leer una versión de este libro en Intermedia, Vd. Podría, por ejemplo, cambiar el tamaño e incluso el tipo de letra para hacer la lectura mucho más fácil. Aunque no podría hacer estos cambios de forma permanente para otros lectores, sí podría hacerlos cuando quisiera

Y, más importante aun, como estaría leyendo este hipertexto en una gran pantalla gráfica que muestra dos páginas a la vez, tendría la posibilidad de colocar varios textos unos al lado de otros.

La nota en hipertexto difiere de varios modos de la nota de un libro impreso. En primer lugar, se relaciona directamente con el símbolo de referencia en vez de encontrarse en una lista numerada al final del texto principal. En segundo lugar, una vez abierta y superpuesta al texto principal o bien colocado a un lado, la nota

63 Yankelovich, Nicole. *Reading and writing the electronic book*. IEEE Computer. 1985 en Landow, George P. *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Paidós Barcelona. 1992

aparece como un documento independiente, aunque asociado, y no como una especie de texto subsidiario, secundario y eventualmente parásito.

2.6 Posturas teóricas: Intertextualidad

Como Barthes, Foucault y Mikhail Bakhtin, Jaques Derrida utiliza constantemente términos como nexo (*liaison*), trama (*toile*), red (*réseau*) y entretejer (*s'y tissent*), que claman por la hipertextualidad; pero a diferencia de Barthes, que insiste en el texto de lector y su no linealidad, Derrida enfatiza la apertura textual, la intertextualidad y la impropiedad de la distinción entre lo interno y lo externo a un texto dado. Este énfasis aparece con toda claridad cuando afirma "como cualquier otro texto, el de Platón no podía dejar de estar involucrado, al menos de manera virtual, dinámica y lateral, con todos los mundos que componían el sistema del idioma griego.

Derrida reconoce que una nueva forma de texto más rica, más libre, más fiel a nuestra experiencia potencial, y tal vez a una experiencia real aún desconocida, depende de unidades discretas de lectura. Como Barthes, Derrida concibe un texto compuesto de unidades discretas de lectura. La concepción de texto de Derrida se relaciona con su metodología de la descomposición, que podría traspasar los límites de la filosofía. Derrida apunta hacia un nuevo tipo de texto: lo describe, lo alaba, pero sólo puede presentarlo en términos de los recursos asociados como un modo particular de escribir, en este caso las marcas de puntuación. Como nos lo recuerdan los marxistas, el pensamiento se deriva de las fuerzas y modos de producción, aunque, como veremos, pocos marxistas se enfrentan al más importante modo de producción literaria, el que depende de las *tecnologías* de escritura e impresión. A partir de aquí para el autor proviene el concepto de hipertexto como un extenso montaje, lo que en otro lugar se denominó como metatexto y lo que Nelson llama docuverso.

El hipertexto, sistema fundamentalmente intertextual, presenta una capacidad para enfatizar la intertextualidad de la que carece el texto encuadernado en un libro. El hipertexto permite hacer más explícito, aunque no necesariamente intruso, el material afín que el lector culto pueda percibir alrededor de la obra.

Thaïs Morgan por ejemplo, sugiere que la hipertextualidad, "como análisis estructural de textos en relación con un sistema más amplio de prácticas significativas o de usos de signos en la cultura", divierte la atención de la triada constituida por el autor, la obra y la tradición hacia otra formada por el texto, el discurso y la cultura. De este modo la intertextualidad sustituye el modelo evolutivo de la historia de la literatura por un modelo estructural o sincrónico de la literatura como sistema de signos. El efecto más destacado de este cambio estratégico es que libera el texto literario de los determinismos psicológico, sociológico e histórico, abriéndolo a una gama aparentemente infinita de relaciones⁶⁴. Morgan describe con acierto una implicación fundamental de la intertextualidad del hipertexto (y de los hipermedios): esta apertura, esta liberación para crear y percibir interconexiones se produce realmente.

Sin embargo aunque la intertextualidad del hipertexto parezca debilitar cualquier reduccionismo, histórico u otro, de ningún modo impide a los interesados leer la obra en términos del autor y de la tradición. Las experiencias hasta la fecha con Hyper Card y otros sistemas de hipertexto, sugieren que el hipertexto no necesariamente desvía la atención de dichos enfoques. Pero lo más interesante del hipertexto no es que tal vez pueda encarnar ciertas reivindicaciones de la crítica estructuralista o posestructuralista, sino que proporciona un medio excelente de ponerlas a prueba.

Al intentar imaginar la experiencia de leer y escribir en esta nueva forma de texto convendría prestar atención a lo que Mikhail Bakhtin ha escrito a cerca de la novela dialogística, polifónica, con una multiplicidad de voces, que según él "está construida, no como el conjunto de una única conciencia que absorbiese en sí misma como

64 Morgan, Thaïs *Is There an Intertext in this Text? Literary and disciplinary Approaches to Intertextuality*. American Journal of Semiotics 3 1985 en Landow, George P. *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Paidós Barcelona, 1992

objetos las otras conciencias, sino como un conjunto formado por la interacción de varias conciencias, sin que ninguna de ellas se convierta del todo en objeto de otra"⁶⁵.

En términos de hipertextualidad, todo apunta a una calidad importante de la novela como medio de información: el hipertexto no permite una única voz tiránica. Más bien, la voz siempre es la que emana de la experiencia combinada del enfoque del momento, de la lexia que uno está leyendo y de la narrativa en perpetua formación según el propio trayecto de lectura.

A medida que el lector se mueve por una red de textos, desplaza constantemente el centro y por lo tanto el enfoque o principio organizador de su investigación y experiencia. En otras palabras, el hipertexto proporciona un sistema que puede centrarse una y otra vez y cuyo centro de atención provisional depende del lector, que se convierte así en un verdadero lector activo, en un sentido nuevo de la palabra. Una de las características fundamentales del hipertexto es estar compuesto de textos conectados, aunque sin eje primario de organización. En otras palabras, el metatexto o conjunto de documentos, el entre que se conoce como libro, obra o texto en el campo de la imprenta, carece de centro. Aunque esta ausencia de centro pueda crear problemas al lector y al escritor, también significa que cualquier usuario del hipertexto hace de sus intereses propios el eje organizador de su investigación del momento. El hipertexto se experimenta como un sistema que se puede descentrar y recentrar hasta el infinito, en parte porque transforma cualquier documento que tenga más de un nexo en un centro pasajero, en un directorio con el que orientarse y decidir a dónde ir a continuación.

* La cultura occidental imaginó estas entradas casi mágicas a una realidad en forma de red mucho antes de la aparición de las tecnologías informáticas. En todos los sistemas de hipertexto el lector puede escoger su propio centro de investigación y de experiencia. Lo que este principio significa en la práctica es que el lector no queda encerrado dentro de ninguna organización o jerarquía. Las experiencias con intermedia revelan que para los que prefieren organizar una sesión por autores y moverse, resulta útil; aunque nada obliga al lector a trabajar así, y los que desean investigar la validez de las generalizaciones por periodo pueden organizar sus sesiones en función de dichos periodos, valiéndose de los artículos del romanticismo y tomándolos como punto de partida.

2.6.1 El otro texto: texto virtual

Los efectos característicos de la informática sobre las disciplinas humanísticas se deben al hecho de que la información se almacena en formas de códigos electrónicos, en vez de marcas físicas sobre una superficie física. Desde la invención de la escritura y de la imprenta, la tecnología de la información se ha enfocado en el problema de crear, y luego propagar, unos registros verbales estáticos y permanentes.

Aunque el texto físico múltiple producido por la tecnología de la imprenta ha tenido tremendos efectos sobre las concepciones modernas de literatura, educación e investigación, todavía enfrenta al investigador con el problema fundamental de un sistema de recuperación de la información basado en manifestaciones físicas del texto; es decir, el almacenamiento de la información en un formato lineal fijo dificulta su recuperación.

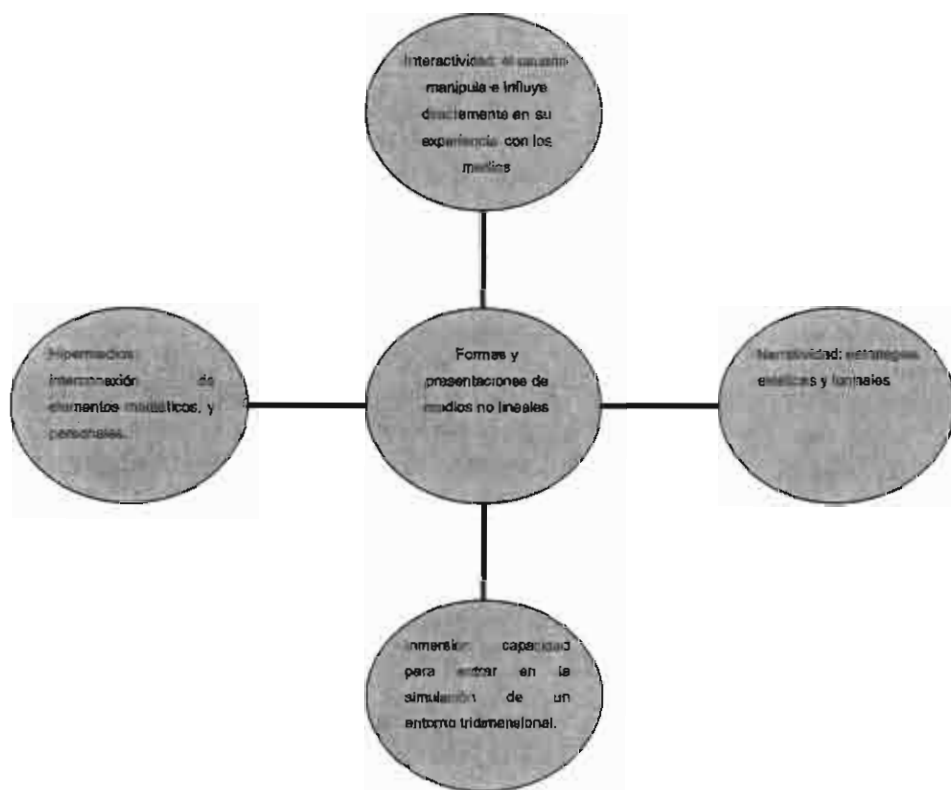
*El procesamiento electrónico de texto representa el cambio más importante en la tecnología de la información desde el desarrollo del libro impreso. Conlleva la promesa de producir cambios en nuestra cultura, sobre todo en la literatura, la educación, la crítica y la erudición, al menos tan radicales como los producidos por los tipos móviles de Gutenberg. El procesamiento de texto informatizado nos proporciona textos electrónicos en vez de físicos, y este paso de la tinta al código electrónico produce una tecnología de la información que combina la estabilidad y la flexibilidad, el orden y la accesibilidad, pero a un precio. Puesto que el procesamiento de texto electrónico maneja códigos electrónicos, todos los textos que el lector-escritor se encuentra en la pantalla son virtuales.

65 Bakhtin, Mikhail. *Problems of Dostoevsky's Poetics* Universidad de Minnesota 1984

Así mismo todos los textos que el lector y el escritor ven en la pantalla del ordenador son versiones creadas específicamente para ellos mientras una versión electrónica primaria permanece en la memoria de las computadoras.

2.6.2 Protocolos de significado

Quizá la línea de pensamiento más innovadora sobre la transformación cultural en la era de la información sea la que gira en torno al concepto de hipertexto y la promesa de los multimedia, en su sentido original (De Kerckhove, 1997; Levy, 1995). Packer y Jordan han señalado la continuidad intelectual que va de Wagner a Berners-Lee, pasando por Vannevar Bush y William Gibson, a la hora de la interactividad y la expresión multidimensional. En su interpretación, que en gran medida comparto, el surgimiento de un nuevo modelo de comunicación, de una nueva cultura en definitiva, puede identificarse gracias al funcionamiento simultáneo de cuatro procesos: "Integración: la combinación de formas artísticas y tecnología para establecer una forma híbrida de expresión", según Packer y Jordan, 2001:



Se suponía que la convergencia entre los medios de comunicación e internet y la utilización de las tecnologías digitales de realidad virtual harían que se cumpliera la promesa. Sin embargo, en términos de lo que se puede observar, esto no se está produciendo actualmente, en los albores del siglo XXI. Además, por las razones expuestas anteriormente, dudo mucho que ocurra en el futuro próximo, aunque por ahora el jurado sigue deliberando sobre esta cuestión. Hagamos el supuesto por razones analíticas, de que se pueden extrapolar las tendencias actuales y que internet seguirá siendo internet, mientras que el sistema multimedia continuará operando en su modo de comunicación unidireccional, sin llegar realmente a integrar a internet, excepto como herramienta de trabajo y plataforma de referencia, con la única excepción de los juegos on line de realidad virtual interactiva.

Muy probablemente la transformación cultural sea más compleja de lo que pensamos, pues así como lo señala Castells, quizá el hipertexto no exista fuera de nosotros, sino más bien dentro de nosotros. Es posible que nos hayamos creado una imagen excesivamente material del hipertexto electrónico.

O sea, una imagen del hipertexto como un verdadero sistema interactivo, digitalmente comunicado y electrónicamente controlado, dentro del cual todas las piezas sueltas de la expresión cultural pasada, presente y futura, en todas sus manifestaciones, podrían coexistir y recombinarse. De tal manera, que "el hipertexto sería factible, tecnológicamente, en la era ello, y en particular el mundo empresarial no se interesará por él a no ser que o hasta que se descubra un negocio viable que pueda construirse a su alrededor. Y como el sector multimedia es propietario de una gran parte de los productos y procesos culturales, no es posible dar el paso de la realidad multimedia a la visión del hipertexto. Por tanto, si lo consideramos como un artefacto material electrónicamente operado, no podemos hablar de la existencia de un hipertexto"⁶⁶.

Pero, la contraparte de tales señalamientos tienen que ver con el señalamiento de Castells donde refiere que "si nuestras mentes tienen la capacidad material para acceder al ámbito global de las expresiones culturales, seleccionarlas y recombinarlas, entonces sí podemos decir que existe el hipertexto: el hipertexto esta dentro de nosotros mismos"⁶⁷. De hecho, se encuentra en nuestra habilidad interna para recombinar y asimilar en nuestras mentes todos los componentes del hipertexto, que están distribuidos en diversos ámbitos de la expresión cultural. Internet nos permite hacer exactamente eso. No los multimedia, sino la interoperatividad basada en Internet, que nos permite el acceso y la recombinación de toda clase de textos, imágenes, sonidos, silencios y vacíos, incluido todo el ámbito de la expresión simbólica contenido en el sistema multimedia.

Así pues, el hipertexto no es producido por el sistema multimedia, utilizando Internet como medio de llegar a todos nosotros; más bien es algo que nosotros mismos producimos al utilizar Internet para absorber la expresión cultural en el mundo multimedia y más allá.

Así, gracias a Internet y a pesar de los multimedia, podemos decir en efecto que tenemos un hipertexto: "pero no EL hipertexto sino MI hipertexto, SU hipertexto y el hipertexto específico de cada persona"⁶⁸. A pesar de que puedan estar restringidos por sus características. De manera que tenemos un hipertexto personalizado, un hipertexto modesto, todo lo modesto o sofisticado que la gente pueda hacerlo. Pero se trata sin duda de un hipertexto individual, compuesto de expresiones culturales multimodales recombinadas en nuevas formas y con nuevos significados.

Por ello se dice que vivimos momentos de cultura de virtualidad real y es virtual porque está construida principalmente mediante procesos virtuales de comunicación de base electrónica. Y es real (y no imaginaria) por que es nuestra realidad fundamental, la base material con la que vivimos nuestra existencia, construimos nuestros sistemas de representación, hacemos nuestro trabajo, nos relacionamos con los demás, obtenemos información, formamos nuestra opinión, actuamos en política y alimentamos nuestros sueños. Dicha virtualidad

66 Castells, Manuel. *La Galaxia Internet*. De' Bolsillo. España, 2003

67 Ibid pág. 258

68 Ibid pág. 259

nuestra realidad, según Castells; y esto es lo que caracteriza a la era de la información: es principalmente a través de la virtualidad como procesamos nuestra creación de significado.

Con este capítulo y en síntesis podemos observar cómo la informática, la computación y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación tienen ya un tiempo que generan transformaciones positivas con respecto a los medios tradicionales. A partir de la incorporación de nuevas tecnologías el trabajo dentro de los medios de comunicación social se ha hecho menos laborioso, más eficaz, óptimo y con estándares de calidad adaptados a la constante evolución humana. El impacto ha sido, hasta ahora, positivo.

CAPITULO 3 INTERNET: LA AUTOPISTA DE LA INFORMACIÓN

Debido a que la plataforma Internet nos permite tener a la mano nuestro objeto de investigación, tendremos en este capítulo un acercamiento a la interacción informática que hoy en día se encuentra revolucionando los modos de comunicación, y que a pesar de estar en plena infancia, ha cambiado espectacularmente el mundo en que vivimos, eliminando las barreras del tiempo y la distancia y permitiendo a la gente compartir información y trabajar en colaboración, nos referimos al Internet; pues su avance lo ha dejado ver.

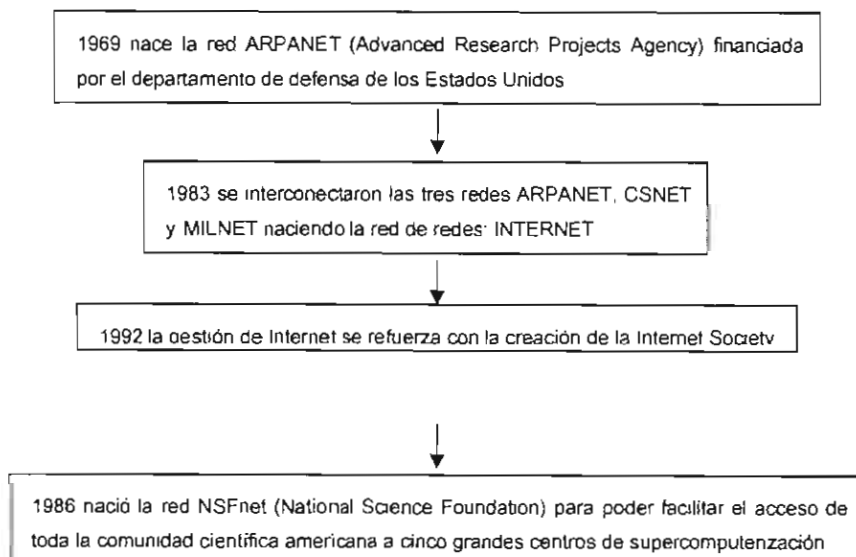
Debido a que la "superautopista de la información" continuará a un ritmo cada vez más rápido, por ende el contenido disponible crecerá rápidamente, lo que hará más fácil encontrar cualquier información en Internet y las nuevas aplicaciones permitirán realizar transacciones económicas de forma segura y proporcionarán nuevas oportunidades para el comercio.

Las nuevas tecnologías están aumentando la velocidad de transferencia de información. Es posible que las actuales transmisiones de televisión generales se vean sustituidas por transmisiones específicas en las que cada hogar reciba una señal especialmente diseñada para los gustos de sus miembros, para que puedan ver lo que quieran en el momento que quieran. Su crecimiento ha sido impactante y explosivo, por lo tanto, haremos una mirada en el presente capítulo a las formas en las que se ha venido desarrollando.

3.1 La historia comienza

Según el ingeniero Oscar Robles del Centro de Ciencias de Sinaloa señala que hoy día se calcula que entre 30 y 40 millones de usuarios de todo el mundo utilizan esta red de redes para comunicarse a distancia a través del ordenador. Internet es una fuente de recursos de información compartidos a escala mundial. Es una vía de comunicación para establecer cooperación y colaboración entre comunidades y grupos de interés por temas específicos, distribuidos por todo el mundo.

El ingeniero Robles hace una recapitulación de la forma en la que Internet se crea y posteriormente se desarrolla en México, del trabajo de Robles retomó algunos aspectos, pues lo que el ingeniero desarrolla tiene que ver con aspectos mucho más técnicos.



Para 1992 Internet conectaba más de un millón de "hosts" (ordenadores "madre" que daban acceso a los usuarios finales) y enlazaba más de 10.000 redes de 50 países, además el número de "hosts" conectados era de tres millones y se habían llegado a integrar 25.000 redes de 146 países.

3.2 Es una realidad: Internet en México

La historia del Internet en México empieza en el año de 1989 con la conexión del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, en el Campus Monterrey, ITESM hacia la Universidad de Texas en San Antonio (UTSA), específicamente a la escuela de Medicina. Una Línea privada analógica de 4 hilos a 9600 bits por segundo fue el enlace.

La Universidad Nacional Autónoma de México decide en 1987 integrarse al proyecto BITNET, lo que significa toda una posibilidad de acceso a la carretera de la información. De manera que éste tipo de accesos posibilitan la consolidación del Internet en nuestro país. En Diciembre de 1995 se hace el anuncio oficial del Centro de Información de Redes de México (NIC-México) el cual se encarga de la coordinación y administración de los recursos de Internet asignados a México.

En 1996, ciudades como Monterrey, N.L., registran cerca de 17 enlaces E1 contratados con TELMEX para uso privado. Se consolidan los principales ISP's en el país, de los casi 100 ubicados a lo largo y ancho del territorio nacional. Nace la Sociedad Internet, Capítulo México, una asociación internacional no gubernamental no lucrativa para la coordinación global y cooperación en Internet.

En 1997 existen más de 150 Proveedores de Acceso a Internet (SP's) que brindan sus servicios en el territorio mexicano, ubicados en los principales centros urbanos: Cd. de México, Guadalajara, Monterrey, Chihuahua, Tijuana, Puebla, Mérida, Nuevo Laredo, Saltillo, Oaxaca, por mencionar sólo algunos.

A pesar del acelerado crecimiento que dejó ver la Red de Redes en momentos de su creación, la mayoría de los mexicanos no conocieron Internet hasta hace apenas una década. La incorporación de la red en los hogares y centros de trabajo se llevó a cabo de manera paulatina, por lo menos hasta 1995, "en gran parte debido al ambiente de monopolio que existía para la formación de redes; estábamos atados a lo que un proveedor ofrecía como tecnología, la cual no era de punta" esto lo señaló Lourdes Velázquez, Directora de Telecomunicaciones Digitales de la Dirección General de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA), UNAM.

Las grandes empresas de comunicación han desatado movimientos importantes sobre la incorporación de Internet en nuestra sociedad; de manera que se detectan algunos factores de importancia que han contribuido a su acelerado crecimiento:

- La demanda de aplicaciones por parte de los usuarios, ya que su uso hace más rápida, confiable y cómoda la comunicación y el proceso de la información.
- La utilidad de esta tecnología para las tareas diarias, aunado a una apertura de información apabullante, lo que amplía considerablemente el conocimiento de la tecnología por sus usuarios.
- La industria compitiendo por los mercados.
- La investigación de tecnologías por parte de las universidades, y el desarrollo de las mismas por la industria.
- La globalización de mercados que ha permitido las relaciones comerciales entre empresas nacionales e internacionales.

De forma similar a como ocurrió durante los inicios de la televisión y la radio, se pensó que Internet serviría para crear un vínculo de información cultural y educación para los usuarios; sin embargo, en todos los casos, el apabullante despliegue de publicidad y la consecuente inversión que cientos de empresas emplean en la misma, redujo al mínimo esta posibilidad.

En opinión de la maestra Velázquez, algunos de los sectores más beneficiados desde la creación de las redes de comunicación y, particularmente, desde la evolución de Internet son:

- El sector educativo con la educación a distancia, videoconferencias, bibliotecas digitales y foros de discusión.
- La medicina, gracias a la tele-medicina
- La industria bancaria, debido a la posibilidad de realizar compras electrónicas, pagos de servicio y traspasos entre cuentas, entre otras operaciones.
- La telefonía móvil al multiplicar, sólo en México, más de 20 veces el número de abonados en la telefonía convencional (16 mil 330 millones de líneas fijas en servicio, contra 36 mil 435 millones de usuarios de telefonía móvil, de acuerdo con las estadísticas de la Comisión Federal de Telecomunicaciones).
- Cambios culturales
- Otro de los grandes éxitos de la red es la posibilidad de contactar a las personas en tiempo real. El fenómeno de las salas de charla abrió nuevas posibilidades en las interacciones sociales, y determinó numerosas relaciones donde ninguna de las partes conoce en verdad al otro, lo cual genera múltiples debates e incluso lleva a algunas salas populares a cerrar, como en el caso de la que T1msn solía hospedar.

Independientemente de las repercusiones en materia de seguridad, lo anterior supone que algunos esquemas sociales y culturales se modificaron a raíz de los usos que se han dado a Internet. Además de los servicios de chat y messenger, existen comunidades que se reúnen con respecto a intereses comunes, abren foros para construir historias o bien, plantear debates de diversas temáticas, desde política y ciencia, hasta dibujos animados y juegos de rol. En este sentido, puede afirmarse que Internet se ha adaptado rápidamente a los gustos y necesidades de las personas, sobretudo entre el público joven, como se puede apreciar en la encuesta que efectuó la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) durante el año 2004, en la que se reveló que el 47% de los usuarios de Internet se ubican en rangos de edad entre los 13 y 24 años.

Debe señalarse que la consulta de AMIPCI no incluye a los menores de 13 años, a pesar de que esta serie de cambios han afectado también a las nuevas generaciones, quienes no se sorprenden del uso de una computadora, por lo que es frecuente que niños de clases medias y altas conozcan mejor que algunos adultos mayores, los métodos para efectuar, por ejemplo, una búsqueda, chatear, o enviar y recibir correos electrónicos.

No es posible asegurar que este medio transformará de forma negativa o positiva a la sociedad, pero es un hecho que Internet como herramienta constituye uno de los avances más significativos en materia tecnológica. Tal y como lo asegura Lourdes Velázquez, a pesar de que en sus inicios el mayor impacto de Internet se produjo en los sectores de la investigación, educativos y militares, actualmente gracias a su desarrollo explosivo en el sector comercial, "su impacto ha permeado en todos los ámbitos".

3.3 Cifras, datos y porcentajes

Según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), el cual contempla la generación y difusión de información estadística y geográfica de interés nacional que permita satisfacer las necesidades de los diversos sectores de la sociedad.

El 21 de Noviembre de 2005 se publicó en la página web www.inegi.gob.mx del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática que el 93% de los hogares en México tiene televisión, pero sólo 16.5% cuenta con una computadora, mientras que 64% tiene servicio de telefonía, aunque sólo 9% posee con una conexión a Internet. Dicha información que proporciona el INEGI expone que 60% de los hogares no cuenta con computadora debido a la falta de recursos económicos. Además, 49.2% de los hogares que tiene una computadora carece de conexión a Internet, y se atribuye la falta de conectividad a razones de costo.

Así lo informa el INEGI al dar a conocer los resultados de la Encuesta sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de Información en los Hogares, realizada en junio de 2005. Dicho ejercicio estadístico arrojó la situación de las tecnologías de información y comunicaciones en México, a través de dos aspectos

fundamentales de esta adopción tecnológica: el acceso desde el hogar a este tipo de tecnologías y su uso por parte de los habitantes. Entre el equipamiento que los hogares tienen de algunos bienes relacionados con este tipo de tecnología orientada a mejorar y facilitar actividades cotidianas, de comunicación y de esparcimiento entre sus habitantes, están las computadoras, Internet, los televisores y servicio telefónico.

Uno de los indicadores más relevantes de la penetración de esta tecnología en la población es la cantidad de usuarios de Internet. El número de usuarios mexicanos pasó de unos siete millones en 2001 a 16.5 millones a junio de 2005, donde 68% de los que acceden a Internet lo hace desde fuera del hogar. Entre estos usos, destaca con 61% la obtención de cualquier tipo de información general, seguido de actividades de comunicación, como es el correo electrónico y de apoyo a actividades escolares.

De acuerdo con el estudio, los servicios de Internet son usados indistintamente por hombres y mujeres, ya que se observa que son mujeres el 47% de los usuarios de Internet.

Respecto al uso de la red para realizar transacciones en línea (compra o pago de bienes o servicios), éste es muy incipiente en México, ya que el porcentaje resultante respecto al número de usuarios es de aproximadamente 6%, y entre éstos, la transacción más frecuente, 42.7%, es la de pagos. A junio de 2005, la cantidad de individuos que usan una computadora es de 26.6 millones, y la mayoría, con 60%, la usan en actividades escolares, seguida con una frecuencia de alrededor de 30% en actividades laborales y entretenimiento. Asimismo, poco más de 70% de los usuarios de Internet se concentra en los grupos de edad de 12 a 34 años.

El INEGI refiere que desde 2001 ha realizado cuatro ejercicios de la Encuesta sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de Información en los Hogares de México, con el objetivo de medir el acceso a este tipo de tecnologías desde el hogar, así como cuantificar sus usuarios. Explica que estas encuestas son probabilísticas, polietápicas, estratificadas y por conglomerados, con un actual tamaño de muestra de siete mil viviendas, con una cobertura nacional. Además, con el propósito de mantener comparaciones con las encuestas previas, el cuestionario no presenta cambios sustanciales a lo largo de los distintos levantamientos, salvo los que cumplan el objetivo de aportar nuevos y mayores elementos para la interpretación del objeto de estudio.

3.4 La Revolución de Internet impacta en los Medios de Comunicación

Cordeiro, cuando se refiere a la tercera revolución de la humanidad, a la cual llama "Revolución de la Inteligencia" comenta que se trata de una nueva era donde la importancia está concentrada en el capital humano, el único capaz de tomar la información que recibe para transformarla en conocimiento y darle aplicación (Inteligencia). Es una nueva etapa para la humanidad que se fundamenta en los grandes avances tecnológicos logrados por el hombre en las últimas décadas, pero sin duda está signada por una invención específica: "No obstante, la gran invención que encaminó la revolución de la inteligencia no es física sino más bien virtual, no tiene que ver con el hardware sino con el software. Esa invención es la World Wide Web (que significa en inglés "telaraña global"), la WWW o simplemente la 'Web'⁶⁹. "La nueva tecnología ofrecerá a las personas un nuevo medio de expresarse. La autopista de la información abrirá oportunidades artísticas y científicas jamás soñadas a una nueva generación de genios"⁷⁰.

Se reconoce además que Internet ha logrado imponerse con mayor rapidez en comparación con la forma como lo hicieron en su momento la escritura y la imprenta. También, la Web está acompañada de un ritmo de cambios acelerado y, aparentemente, sin interrupciones. De tal modo, que sus alcances son también ilimitados y bajo la sombra de estas afirmaciones parece que, actualmente, quien no se incorpora a la Red navega contra la corriente del éxito.

69 Cordeiro, José Luis. *El Combate Educativo del Siglo*. Benesuela Vs. Venezuela, CEDICE Caracas, 1998

70 Ibid. pág. 51

El fenómeno Internet destaca particularmente porque se trata de un instrumento que facilita a las personas el rápido acceso a cantidades infinitas de información, a un costo relativamente bajo, sobre cualquier índole y proveniente de cualquier rincón del mundo. Será por esta razón entonces que se escucha hablar de una Sociedad de la Información, un conglomerado humano que parece tener ahora toda la información que desee a su alcance.

En este sentido, Flores Vivar y Miguel Arruti⁷¹, señalan que "En los albores de las nuevas comunicaciones digitales, la sociedad se convierte realmente en una pequeña aldea. El concepto de distancia, de lejanía, no tiene razón de ser en esta nueva sociedad. El medio Internet nos permite acercarnos en cuestión de nano segundos o micro segundos a sitios y lugares virtuales y recabar información que antes sólo se lograba con gran esfuerzo. Internet crece cada vez más y el mundo analógico se hace cada vez más pequeño, convirtiéndose en una aldea digital, en una sociedad informatizada".

En síntesis, la nueva etapa de la historia humana que se caracteriza por términos como informático, digital, electrónico, virtual, computarizado; tiene como protagonista a la Web: una Red de redes (La mayor red de ordenadores del mundo) a libre disposición que todo individuo que, por supuesto, cuente con los instrumentos mínimos necesarios para estar conectado.

Son las características peculiares de este fenómeno lo que hacen de esta etapa histórica una verdadera revolución. Y aunque, como toda invención, tiene tantos defensores como detractores, ha logrado imponerse inclusive en las tareas más cotidianas. (Son numerosas las personas que utilizan el Correo Electrónico a diario, para comunicarse con familiares y amigos, así como para enviar informaciones sobre negocios).

Ahora bien, como la Red es una infraestructura que sin duda ofrece espacio hasta para los más simples recovecos de la vida, los medios de comunicación social no escapan a formar parte de ese ambiente de "infinita globalidad". Inclusive, desde la Sociología y la Comunicología se establecen hace ya un tiempo las relaciones de Internet con los Medios de Comunicación Social. Para algunos, Internet puede ser, tal vez, un nuevo medio de comunicación, con una capacidad y potencia inigualables; pero para otros, los más cercanos al mundo periodístico, la Web es mucho más que un medio de comunicación, es un gran soporte para los medios masivos tradicionales y ofrece para ellos diversas oportunidades y desafíos.

3.4.1 ¿Nuevo Canal de Comunicación?

Técnicamente se define la Internet como una interconexión de redes informáticas que permite una comunicación directa a las computadoras que se encuentran conectadas. Se trata de un conjunto de redes locales conectadas entre sí a través de un ordenador. Visto de tal manera no parece resaltante. Sin embargo, se trata de la mayor red de conexión de ordenadores que se conoce en el mundo y que permite una comunicación (envío y recepción de información) rápida, sin límites de tiempo ni espacio.

Tomando en consideración que se trata de un instrumento que permite el envío y recepción de información, podría decirse con cierta ligereza que la Web no es más que un nuevo medio de comunicación y que su capacidad de conectar a tantos seres humanos a la vez la convierte en un medio de comunicación de masas. Al respecto, Ferrero Barberá dice que: "Internet es sin duda un medio de comunicación, pero no es un medio de comunicación de masas tal y como lo entendemos ahora. Lo que diferencia Internet es que es un medio integrador de los otros medios y con capacidad para crear una interacción y una personalización de contenidos

71 Flores Vivar y Miguel. Arruti. Ciberperiodismo. Ediciones 2010. España, 2001

desconocida hasta ahora. No es un medio de comunicación de masas porque para ello haría falta una masa de receptores que recibieran el mismo contenido, y eso no funciona así en Internet"⁷².

En tal sentido, se entiende que Internet realmente es un medio de comunicación, se trata de un nuevo canal de comunicación, y como lo señala Ferrero Barberá puede tratarse del medio de comunicación más potente que se haya conocido hasta estos días.

La diferencia está a la vista, cuando se habla de Medios de Comunicación de Masas, se hace referencia a instrumentos que permiten la emisión de un mismo mensaje, al mismo tiempo, a una gran cantidad de personas; Internet, por su parte, es mucho más que eso, porque ciertamente un mismo mensaje puede enviarse al mismo tiempo a una gran cantidad de personas, pero no todas las personas sabrán de él al mismo tiempo – si se trata de un email cada quien leerá el mensaje al revisar su Bandeja de Correos – y cada persona tendrá en sus manos la decisión de leerlo o no. Así también, los contenidos de un Sitio Web están al alcance de todos, pero cada individuo puede buscar entre toda la información que se le ofrezca sólo la que le resulte interesante. La gran diferencia de Internet es que si bien es de alcance masivo, (sin duda el medio de mayor alcance masivo en cuanto a espacio territorial) es totalmente personalizado y permite una interacción entre emisores y receptores jamás experimentada anteriormente. Ferrero Barberá afirma en tal sentido que "La mayoría concibe Internet como un metamedio"⁷³ o, mejor, un supramedio⁷⁴. Es una especie de gran contenedor en el que caben todos los medios que hemos conocido hasta ahora. Internet no sería entonces un medio sino solo el canal: como el aire por el cual circulan todas las ondas".

Por su parte, Pablos⁷⁵, dice que Internet, la red de redes, no es un medio de información en el sentido de (mass) media sino un medio de comunicación, en el concepto de vía de comunicación, una red, valga la metáfora, pero sólo como metáfora, de carreteras, calles y autopistas digitales, que llevan a los usuarios (hace que éstos puedan acceder) desde sus monitores de trabajo hasta los bancos de datos abiertos y a la espera de la visita de los cibernautas.

Internet es entonces un nuevo canal de comunicación que resalta, además, porque permite en su particular ambiente la combinación de todos los demás medios. En la Red están la escritura y la fotografía de la prensa, las imágenes en video de la televisión y el sonido de la radio, sumados a la interacción y personalización de mensajes. La Red, más que un medio de comunicación, es un soporte (con enormes capacidades, vale decir) para todos los medios de comunicación que el hombre ha utilizado hasta ahora; sus características permiten la combinación de todo, es a partir de estas aseveraciones que se justifica la denominación de la Web como un supramedio, un metamedio.

En Internet las empresas de prensa, radio y televisión, apenas comienzan a descubrir un nuevo espacio de acción, un área nueva que les permite adaptarse, pero que definitivamente exige una nueva forma de hacer las

72 Ferrero Barberá, Marta. *Internet y los Portales como Nuevo Espacio para los Medios de Comunicación*. Disponible en: www.Las5w.com.ar Noviembre 2001

73 Nuevo medio, si decidimos que lo es, tiene unas particularidades de uso que plantea problemas muy distintos a los de los medios tradicionales: ha revolucionado las capacidades de interacción entre emisores y destinatarios. Internet es sin duda un medio de comunicación, pero no es un medio de comunicación de masas tal y como los entendemos ahora. Lo que diferencia Internet es que es un medio integrador de los otros medios y con capacidad para crear una interacción y una personalización de contenidos desconocida hasta ahora. No es un medio de comunicación de masas porque para ello haría falta una masa de receptores que recibieran el mismo contenido, y eso no funciona así en Internet.

74 Internet no es solo un medio de comunicación, es también un ámbito nuevo en el que realizar transacciones y es el exponente máximo de la sociedad de la información

75 Pablos, José Manuel De. *La Red es Nuestra*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona, España. 2001

cosas. Como ya se ha dicho, cada uno de los medios de comunicación que el hombre ha conocido hasta ahora tiene su espacio en la Web. Ahora, bien vale la pena analizar si, en Internet, los medios de comunicación pueden permitirse ser una copia al carbón de lo que ya son en su soporte tradicional.

La denominada revolución tecnológica y de información que tiene en Internet a su mayor representación, ofrece por supuesto nuevas formas de acción y mercado para los medios de comunicación tradicionales, los cuales tienen, al menos, dos grandes oportunidades con Internet: pueden aprovechar la Red para la interacción con nuevos mercados y para expandir sus formas de comunicación con la audiencia o, ir más allá, incorporarse al "cibespacio" con un sitio propio, con características adaptadas al nuevo entorno comunicativo que le permitan imponerse como un nuevo medio en la Red. Porque al fin y al cabo, tal como lo señala Pablos "Internet es un medio de comunicación lo mismo que lo es un quiosco de prensa o las calles de la malla urbana que utilizamos para acceder al punto donde expendían el diario cada mañana"⁷⁶.

Es sencillamente la vía que se utiliza para llegar a otros medios de comunicación: El metamedio. Pero, por supuesto, en este cibespacio, los medios tradicionales tienen que ser distintos. Al respecto, López afirma que "En ese escenario que se dibuja en el horizonte convivirán los medios tradicionales -prensa, radio y televisión- y los nuevos medios en red -todo lo que ha aparecido en Internet y todo lo que surgirá en ese entorno"⁷⁷.

Esto significa que un periódico, una estación de radio y un canal de televisión, al colocarse en línea deben asumir una nueva posición, porque se trata de otro soporte, con características peculiarmente propias, que ofrece a cada medio de comunicación nuevas oportunidades y que exige, por tanto, nuevas formas.

Para entender por qué los medios tradicionales deben responder a nuevas formas en la Red, es necesario demostrar que ciertamente se trata de un nuevo formato o soporte. En este sentido, es conveniente observar cuáles son esas características propias que hacen del metamedio un espacio distinto, en el cual los medios tradicionales deben comportarse diferente.

Por lo tanto el hecho de hablar de Internet y sus peculiaridades, señalará marcadas diferencias con los medios tradicionales; razones por las cuales se concibe a la Red como el hito que representa esta revolución y nueva etapa de la humanidad se fundamentan justamente en las características únicas que posee la Web como un potente canal para las comunicaciones. Precisamente, desde el punto de vista comunicacional, en relación con los medios de comunicación tradicionales, Internet ofrece diversas ventajas. En este sentido, Díaz, afirma que "Cabe decir que Internet es una red horizontal, multidireccional, descentralizada e interactiva, características ausentes en el caso de los medios informativos convencionales"⁷⁸.

Díaz establece, por ejemplo, algunas comparaciones entre el medio impreso (El Periódico) y el medio informativo que se soporta en la Red. En este aspecto resalta que en los sitios de Internet las noticias se consignan en varios intervalos distintos, es como leer el periódico pero en tiempo real, actualizado cada vez que sucede algo nuevo, sin límites en la extensión del texto informativo (cosa que no ocurre con el impreso que está sujeto a la disponibilidad de papel) y por qué no, acompañado no sólo de fotografías sino de imágenes en video y

⁷⁶ Pablos, José Manuel De. *La Red es Nuestra*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona, España. 2001

⁷⁷ López, Xosé. Nuevos medios de comunicación para intervenir en la sociedad mundializada mundializada. Año III Volumen 2. mayo 2001. disponible en www.saladeprensa.org

⁷⁸ Díaz, David. *El medio digital frente a los "periódicos impresos", la radio y la televisión*. Revista Latina de Comunicación Social Año III. No 32. junio de 2000. Disponible en www.ull.es/publicaciones/latina

grabaciones de sonido con las declaraciones de las fuentes oficiales. En la Red, todos los recursos de comunicación pueden mostrarse fácilmente integrados.

El acceso a un medio digital, por encontrarse en un soporte universal, es posible en mayores proporciones que en los medios convencionales. Un medio tradicional con soporte en la Web logra llegar a públicos en cualquier parte del mundo, hecho que no le resulta posible con su soporte convencional (sea un impreso, un canal de TV o una estación de radio).

La inmediatez que muchos aplauden en la radio es igualada e incluso algunas veces superada en la Web. Al respecto Díaz dice que "Una de las ventajas más importantes es que las noticias llegan más pronto por Internet que con el periódico impreso, ya que su canal de transmisión es la red mundial y el hecho de contar con un agente material permanente -la computadora- ahorra tiempos de transporte y riesgos de incomunicación que sí enfrenta el medio impreso"⁷⁹. Igualmente, la información en la red es oportuna, está al alcance y disponible inmediatamente y puede ser actualizada cuantas veces sea necesario.

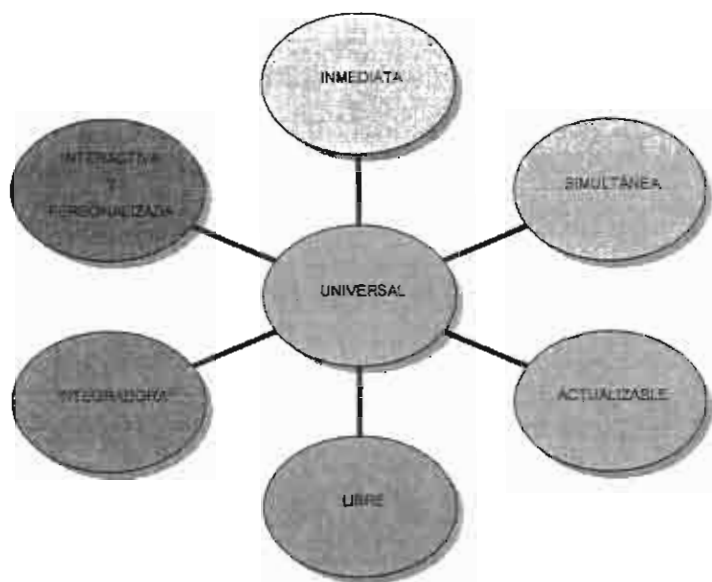
Otra peculiaridad es la simultaneidad, porque quien accede a Internet puede consultar varios sitios a la vez y hacer su libre monitoreo sobre ellos. Esta posibilidad en radio y televisión es aún inexistente, pues todavía no es posible sintonizar más de un canal de TV, o una señal de radio, a la vez.

Las peculiaridades de Internet son tan infinitas como sus capacidades, además que sería una osadía afirmar que de la Red ya se ha descubierto y se ha dicho todo. Ahora bien, es cierto que diversas características le diferencian de los medios de comunicación tradicionales, pero la particularidad más notoria y reconocida es la Interactividad: Los medios tradicionales son unidireccionales, el mensaje que transmiten es recibido por el público y allí termina el proceso (sólo existen casos aislados de algún lector, oyente o televidente que establezca comunicación posterior). En todo caso, la comunicación en los medios tradicionales apenas llega a ser bidireccional. En Internet, cada individuo que accede tiene la posibilidad de comunicarse directamente con el sitio que visita, la atención es personalizada y se trata de un medio que puede ser utilizado igualmente por emisor y receptor.

Además, se distingue porque el usuario es quien decide cuándo, cómo y dónde acceder. Es un canal personalizado porque ofrece la posibilidad a cada usuario de recibir y escoger lo que desea y le interesa, entre una gama enorme de posibilidades. Una peculiaridad en concordancia con la esencia humana de ser libres.

⁷⁹ Díaz, David. *El medio digital frente a los "periódicos impresos", la radio y la televisión*. Revista Latina de Comunicación Social Año III. No 32, junio de 2000. Disponible en www.ull.es/publicaciones/latna

A groso modo, se pueden identificar algunas peculiaridades que hacen a Internet un fenómeno en cuanto a comunicación:



Por lo tanto, pueden identificarse algunos medios paralelos como: El Periódico, la Radio y la TV "online", de hecho parece que Internet se convierte en el espacio ideal para las comunicaciones del futuro y que los medios tradicionales salen perdiendo. Tal vez al inicio de la revolución que aún significa la Red la comunicación social pudo verse dominada por confusiones y temores. Sin embargo, hasta ahora la aparición de una nueva forma o tecnología de comunicación no ha significado la desaparición de lo ya existente. Inclusive, ya está dicho que los medios tradicionales se reconstituyen con Internet, porque están obligados a revisarse y potenciar sus ventajas y características únicas.

En medio de la confusión y del temor muchos pensaron en mudarse a la Red, abandonar sus soportes tradicionales para incorporarse a lo que se calificó casi como una panacea. Luego, algunos identificaron más bien en Internet un canal de promoción y reafirmación que les permitiera captar nuevos mercados y ampliar su cobertura geográfica; es así como hoy los grandes periódicos, las grandes cadenas de radio y televisión, e incluso medios más pequeños, cuentan con un sitio en Internet.

Ahora, cabe decir, que Internet es un soporte que así como ofrece innumerables ventajas exige peculiares condiciones. Esto supone que quienes desde un medio de comunicación tradicional se conforman con ver en Internet un simple instrumento de promoción, o un canal de transmisión para mayor cobertura, pierden dinero y tiempo. Porque los denominados medios paralelos (prensa, radio o televisión en línea) son precisamente otros medios, soportados en los tradicionales pero con características propias por demás potenciales que, bien aprovechadas, garantizan rentabilidad y competitividad.

Tomando como base una afirmación hecha anteriormente, la cual señala que Internet es el soporte de nuevos medios de comunicación, no puede consentirse que los medios tradicionales expongan una copia de sí mismos en la Web. Porque la Red, por ser un metamedio, posee características singulares que requieren que las formas y contenidos a exponer en ella se adapten a sus peculiaridades, sobre todo para que resulte provechoso.

Aparte, es importante recalcar que cada medio de comunicación no ha traído consigo los lineamientos o acciones ideales para la transmisión de mensajes a través de él. Cada medio tradicional se fue redescubriendo

paulatinamente en su proceso evolutivo hasta tomar forma. Al respecto, Navarro Zamora señala que "En sus inicios cada nuevo medio de comunicación ha imitado patrones anteriores. La radio hubo de renunciar a la mera lectura de noticias de los periódicos y buscar nuevas reglas de escritura. La televisión, que en un principio se definió como una 'radio con imágenes', descubrió su propio camino"⁸⁰.

Es decir, si cada medio reconoció en su formato su propio estilo, ¿Por qué tiene que ser distinto para los medios "on line"? En el nuevo formato en línea, los medios están obligados a ser diferentes. Un medio paralelo, nombre que recibe la versión "on line" de un medio tradicional, debe entonces poseer características propias y; si bien es cierto que estará apoyado en otro medio de comunicación en soporte convencional, y que debe identificarse de algún modo con éste; debe tener la capacidad de sustentarse por sí mismo. De más está decir que será mucho más fácil posicionar un sitio Web cuando se respalde de un medio de comunicación tradicional y viceversa. Sin embargo, en este espacio, es pues oportuno intentar hacer un esbozo de lo que podrían ser las características mínimas de un medio de comunicación "on line":

- Uso ilimitado de los recursos: Sea una estación de radio, un periódico o un canal de televisión, no debe limitarse a hacer uso sólo de los recursos que maneja en su soporte convencional. Si ya está dicho que Internet da para todo, la exposición de un mensaje en el sitio Web de un periódico no puede limitarse a texto y fotografías, y en la radio no puede ser sólo audio. En la Web, se combinan fácilmente texto, fotos, audio y video.
- La interactividad como elemento clave: Internet es un canal bidireccional, por tanto, el medio de comunicación tradicional, en la Web, debe dejar de lado su visión de medio masivo. Ciertamente su mensaje llega a una gran masa, pero cada persona que accede a un sitio Web lo hace de forma individual, única e irreplicable, quiere por ejemplo enviar mensajes a personas en el site y espera también recibirlos.
- El servicio personalizado: Un medio en Internet debe ofrecer a cada quien la posibilidad de ver, escuchar, leer y recibir sólo los mensajes que desee. En Internet, el medio tiene la capacidad de conocer los gustos de cada integrante de su público y complacerlo debidamente.
- El lenguaje: La redacción para prensa, radio y televisión es distinta, en la Red también debe serlo. Igualmente la narrativa que utiliza un locutor de radio no es igual a la de un presentador de TV. Así, la narrativa y redacción en la Web debe ser activa, fácil de leer y con apoyo gráfico porque los cibernautas entran a buscar, a observar y por último, a leer.
- Información constantemente actualizable: En la Red la información no tiene porqué permanecer 24 horas como si se tratase de un periódico, o hasta una nueva emisión como si fuese una estación de radio o un canal de TV. En Internet, todo se cuenta al instante de suceder y los pormenores se agregan según se van presentando.
- Aprovechar los límites de tiempo y espacio: Porque la cantidad de "páginas" (mejor hablar de 'pantallas') en un sitio Web no depende de la disponibilidad de papel y el contenido no está supeditado a márgenes de tiempo. En Internet, los temas pueden tratarse con mayor profundidad porque no están sujetos a las limitaciones físicas de los medios tradicionales.

Son diversas las potencialidades que existen para los medios "on line". Es resaltante que no se establecen diferencias en cuanto a cómo debe presentarse un periódico, una radio o un canal de televisión en línea, pero es que sencillamente Internet es un formato que permite combinarlo todo y sería tonto hacer distinciones. En la Red, el periódico, el canal de TV y la estación de radio son Sitios Web, con características comunicativas y de servicio peculiares que le distinguen de otros sitios, pero jamás copiadas al carbón desde su formato tradicional.

80 Navarro Zamora, Lizy. *Los periódicos on line: sus características, periodistas y sus lectores*. Año III. Volumen 2, Agosto de 2001. Disponible en www.saladeprensa.org

Sería además una osadía pretender que las anteriores son las únicas herramientas válidas para que un medio de comunicación convencional se incorpore a la Red. Las afirmaciones precedentes no son más que un inocente acercamiento, porque ya está dicho: Internet da para todo y para todos.

Por otra parte, las herramientas y nociones que trae consigo la denominada revolución de la información no sólo han generado cambios en la forma de transmisión de mensajes para los medios de comunicación tradicionales, que gracias a las tecnologías emergentes han mejorado sus procesos de producción y transmisión, sino que han impuesto también nuevos modos en la práctica gerencial. Actualmente se escucha hablar de términos como Gerencia de Información y del Conocimiento, Comercio Electrónico, Capital Intelectual, Sistemas de Información, etc. Todas estas nociones, ya instaladas en la gerencia contemporánea, también tienen su impacto y aplicación dentro de las empresas de medios de comunicación masiva.

A pesar de que mucha gente habla de ella, casi nadie la entiende. Inclusive en las maneras para denominarla, hay una mezcla de terminología presuntuosa, tecnicismos vanguardistas y deslumbramiento contemporáneo. "Se trata de la Red de Redes, la Superautopista de la Información, la Internet o, dicho en masculino, el ciberespacio. Como quiera que le llamemos, es un tema nuevo y, pese a ello, cambiante. Se encuentra relacionado con las formas contemporáneas de propagación del conocimiento y, así, de las estructuras culturales, pero también con la industria de punta, el intercambio académico, los negocios, la difusión de noticias y datos, de la misma manera que con nuevos espacios y estilos de diversión en todos los sentidos"⁸¹. "Es todo y es nada. La palabra Internet es como decir "sistema telefónico". Veamos. Un aparato de teléfono no sirve absolutamente para nada, si no está conectado a la red pública, es decir, al sistema telefónico internacional. En forma semejante, la palabra Internet es como indicar 'el conjunto de computadoras que se encuentran conectadas alrededor del mundo' y sólo le servirá si se puede entazar desde otra computadora... Es un concepto, más que un producto o servicio"⁸².

La otra novedad en la estructura de la red de redes, señala Trejo Delarbre, ha sido la incorporación de datos audiovisuales. Tradicionalmente (si es que diez o quince años de funcionamiento pueden crear una tradición) Internet era una colección de foros compuestos por texto y, si acaso, gráficas muy elementales, fundamentalmente en los antes mencionados Tableros de Noticias. La abundancia de direcciones, foros, servicios y espacios cada vez más diversificados en las redes, amenazaba con volverse algo peor que un caos de dimensiones, valga el juego de palabras, inconmensurables. Cuando la Red se volvió inmanejable e incontrolable, comenzaron a surgir opciones al menos para saber que hay en ella y, sobre todo, para que los usuarios puedan hallar la información que buscan. Desde los años ochenta se han desarrollado diversos *localizadores*, que son programas capaces de organizar directorios, según las preferencias o necesidades del usuario. El más consolidado es el denominado *Gopher*.

El también conocido y muy usado concepto de *autopista* remite a una vía con puntos de salida y llegada, a un espacio cerrado pero, también, a un canal de ida y vuelta, así como a un espacio libre, aireado. Internet y el resto de las redes de información tienen mucho de flexibilidad en tanto que no están sometidas a controles políticos, si bien la insistencia para privatizar algunos de sus afluentes resulta cada vez mayor.

Desde luego, la Superautopista de la Información (SAI) tiene utilidades muy variadas y si hay quienes piensan en incorporar mensajes publicitarios dentro de ella es porque cuenta con un público atento, creciente y sobre todo fiel.

81 Trejo Delarbre, Raúl. *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. Los libros de Fundesco, Colección Impactos. México, 1996

82 Javier Matuk, "Interneteando", en *Excelsior*, México, 26 de septiembre de 1994. en Trejo Delarbre, Raúl. *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. Los libros de Fundesco, Colección Impactos. México

Los usos políticos, refiere Raúl Trejo, en la superautopista informativa tienden a ser muy conocidos, por sus consecuencias públicas y por la heterodoxia que significan en el quehacer proselitista o para influir en los gobiernos y/o en las sociedades. No son, por cierto, las aplicaciones más abundantes. Del incuantificable tráfico de mensajes en las redes, sin duda alguna la gran mayoría se refieren a temas personales, como los descritos en apartados anteriores. Pero el empleo deliberadamente político de la información y sobre todo la persuasión a través de las redes, pareciera ser una de las vertientes con más futuro. Ello no significa que tal uso redunde en mayor claridad, información o educación cívica de quienes pueden estar conectados a la SAI, como se muestra en los casos siguientes. "La politización del ciberespacio prolifera a medida que se afianza la presencia, en algunas de sus incontables zonas, de grupos con intereses específicos. Al empleo con fines propagandísticos (que pueden ser considerados también como de información y servicio)"⁸³.

Por ejemplo en Estados Unidos, hace referencia Trejo, como complemento pero eventualmente sustitutos de las formas tradicionales del quehacer político, la comunicación electrónica ha sido entendida como sitio de discusión e inclusive algo más. En los tableros de Internet primero y luego en la WWW, existen espacios para todos los gustos ideológicos. Si el ciberespacio sirve para propagar las ideas y actitudes políticas, también da cabida a la antipolítica. Como todo recurso de comunicación, a través del módem y las redes se pueden difundir mensajes de todo tipo, pero especialmente en este medio en donde no hay censura y en donde es posible el anonimato, llegan a existir condiciones para que se propaguen opiniones y admoniciones que no sería frecuente encontrar por otros canales de información.

La red de redes, en muchos sentidos, forma parte de un sistema global de comunicaciones que incluye a los medios convencionales -prensa, televisión, radio-. La singularidad de la Internet consiste, entre otros rasgos, en su capacidad interactiva, así como en la diversidad de opciones -prácticamente ilimitada- que puede haber en ella, a diferencia de los medios convencionales. Internet ofrece enormes posibilidades de comunicación, lo mismo para la cultura que para la política, que sólo habrán de ser aquilatadas si no se desprecian, pero además si no son sobrevaloradas.

La red electrónica es un recurso cada vez más utilizado para establecer comunicación directa entre emisores remotos. La colocación de páginas electrónicas facilita la disponibilidad de la mayor parte de la información de interés público de las dependencias, y el establecimiento de formas de retroalimentación con el usuario.

3.4.2 El sistema multimedia

Lo maravilloso de la tecnología es que la gente acaba utilizándola para algo completamente distinto de su destino original. Es este valor de lo inesperado lo que subyace a la creatividad en la sociedad y la innovación en la empresa. Como se ha dicho, internet es el resultado de la apropiación social de su tecnología por parte de sus usuarios/productores. Es posible que la interacción entre los medios de comunicación e internet siga un curso similar.

Consideremos una por una las áreas de comunicación y expresión cultural en las que internet está convirtiéndose en un medio privilegiado, con la consiguiente transformación de las prácticas culturales. (The Economist, 200; Croteau y Iones, 200; Jankowski, Jones, Samarajive, Silverstone [eds.], 1999; UNESCO, 1999; Jones [ed.], 1999).

1. envío de música a través de internet es una actividad tecnológicamente factible y muy generalizada.
2. el video porno, así como el envío a través de internet de mensajes ofensivos (racistas o sexistas)
3. videojuegos on line son también una de las actividades que se desarrollan entre los usuarios de internet, sobre todo entre los hombres, especialmente entre los más jóvenes.

⁸³ Trejo Delarbre, Raúl. *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. Los libros de Fundesco. Colección impactos México, 1996

4. la posibilidad de relacionarse socialmente mediante el juego, otorga una cierta ventaja a estos juegos basados en Internet, frente a los videojuegos unipersonales.
5. las emisoras de radio están experimentando un gran auge en Internet, tanto las que emiten a través de las ondas como las que lo hacen sólo por la red.
6. los periódicos están disponibles on line y, de hecho, mucha gente los lee en este formato. De hecho, los periódicos con un prestigio establecido deben ser accesibles on line, con el objeto de estar siempre disponibles para sus lectores y mantenerlos siempre bajo su halo de autoridad.
7. la cuestión de los libros tiene dos vertientes. Por una parte, las obras de referencia y las enciclopedias están desapareciendo del mercado a causa de Internet, tendencia que sirve para subrayar la importancia de los usos de la red para la educación y la búsqueda de información, que relegan a un plano secundario la función de ocio de esta. De esta manera Internet sirve tan sólo como una plataforma de publicidad y atracción.
8. uno de los ámbitos principales de expresión cultural sí se está viendo profundamente transformado por la tecnología digital e Internet posibilita la creación artística colectiva e interactiva, mediante actividades de grupo que permiten a la gente pintar, esculpir, diseñar, componer y comunicarse en grupo, de manera interactiva y, a menudo, contradictoria.
9. Internet está afianzando su carácter específico como medio de comunicación. Por ejemplo, la creación de la mensajería instantánea es una de sus aplicaciones más famosas. En su forma inalámbrica, es una de las actividades más difundidas del insipiente mundo del Internet móvil, una herramienta muy popular entre los jóvenes ya que les permite construir sus propias redes y gozar de su autonomía, contando siempre, sin embargo, con sus sistemas de apoyo familiares. Pero no está circunscrito a una manifestación concreta de la expresión cultural; más bien afecta a todas ellas. Su comunicación suele estar en la actividad social y no aislada en una suerte de mundo imaginario, el ámbito de los juegos de rol y las identidades falsas. Se utiliza para difundir mensajes políticos, para comunicarse por correo electrónico con las redes de la vida y para transmitir ideas y buscar información⁸⁴. Es comunicación pero no ocio, pero al menos no de manera preponderante y como los medios audiovisuales, especialmente la televisión están dominados por la lógica del entretenimiento, incluido el infotainment, Internet lo interpreta como un error en la comunicación y lo evita.

Ante ello, los recientes tipos de comunicación que se están redefiniendo a través del Internet, están convirtiéndose en la manera en que se fomenta una nueva tendencia para generar la libertad de expresión y para desarrollar nuevas formas en cómo se producen alternativas de producción de sentido.

De hecho, Internet ha adquirido una importancia crucial en todas las acciones de la sociedad debido a que su uso en las comunicaciones dentro y fuera de cada grupo, señaló Alejandro Pisanty⁸⁵ en el "Congreso Internet 2004". Día con día se comprueba que Internet es un sistema de comunicaciones de alcance mundial, barato, fiable y simple de usar; por ello y por este medio se han llevado a cabo campañas políticas y de difusión de los distintos organismos del sector público. Internet tiene grandes dimensiones de comunicación, por lo tanto cuenta con nuevas posibilidades de uso.

84 Herrera, Amílcar *Las nuevas tecnologías y el futuro de América Latina, Riesgo y Oportunidad*. Editorial Siglo XXI. 1994

85 Director general de Servicios de Cómputo Académico (DGSCA) de la UNAM.

CAPITULO 4 LA TECNOPOLÍTICA

En este capítulo se abordará el tema de la denominada "tecnopolítica", puesto que ya tenemos el conocimiento previo del contexto de desarrollo de nuestro objeto de investigación, el cual ha partido de la comunicación política, ha tocado el tema de la democracia y ha visto en los medios de comunicación y en las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación nuevas formas de comunicación y producción de sentido en las páginas electrónicas web.

Por ello, observaremos en el concepto "tecnopolítica" éste nuevo modo de darse de los medios de comunicación dentro de la arena política y con miras a prevalecer en los mensajes y en las formas de crear nuevas concepciones de la misma política y del uso de los medios de comunicación, partiendo de las nuevas propuestas de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Dicho concepto ha repercutido en usos y formas de mirar a la política y a la democracia como tal, por ello mencionaremos cómo se ha ido adoptando el uso de las Nuevas Tecnologías en otros países de América Latina y en México.

4.1 El papel de la tecnología moderna y la política

Hoy la profecía heideggeriana del advenimiento de la técnica portadora de una lógica propia irresistible se presenta encarnada en las tecnologías de la comunicación y de la información, que avanzan batiendo con todo, de tal modo que no sólo habrían llegado a su fin el trabajo⁸⁶ y la política,⁸⁷ sino incluso la literatura⁸⁸.

Nos encontramos frente a diversos modelos de sociedad y de organización política, que se proyectan más allá de las técnicas empleadas, aún cuando éstas influyan sobre sus características. "Para afrontar el conjunto de las cuestiones suscitadas por la mutación tecnológica y por las innovaciones que ésta determina, son necesarios una cultura política también ella renovada, una experimentación paciente y un proyecto institucional acompañado por la fantasía"⁸⁹. Si todo esto falta dice Rodotà o se retarda o no emerge con la claridad necesaria, entonces las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación manifiestan sólo su capacidad de banalizar, o de vaciar de todo significado, los procedimientos democráticos construidos antes de su advenimiento; puesto que el advenimiento de los medios de comunicación electrónica parece colocar al alcance de la mano el logro de ese objetivo, otorgando a cada ciudadano la posibilidad de intervenir en todo momento en cualquier proceso político.

A pesar de que nos podamos preguntar sobre si nos encontramos en una democracia electrónica y a pesar de que esta pregunta caiga en la retórica; se puede decir que desde hace años atravesamos un proceso de transformación profunda de nuestros sistemas, con aceleraciones intensísimas en algunos países, los cuales se han convertido en laboratorios de nuestro futuro político.

La verdadera novedad del presente se encuentra en la percepción colectiva de este proceso, en su amplitud, en la amplitud de los instrumentos técnicos utilizados y en su progresiva integración, que crea un universo dominado cada vez más por la lógica digital. En él se asiste a un uso conjunto de la televisión tradicional y de las de transmisión por cable y por vía satelital, de la computadora y del teléfono, de las redes telemáticas y de encuestas, del correo electrónico y del marketing político, de los *focus groups* (grupos motivacionales) y de las

86 J. Rifkin, *La fine del lavoro. Il declino Della forma lavoro e l'avvento dell'era post mercato*. Baldini & Castoldi. Milán, 1995 en Rodotà, Stefano. *Tecnopolítica. La democrazia y las nuevas tecnologías de la comunicación*. Losada. Buenos Aires, 2000

87 L. Scheer, *La démocratie virtuelle*. Flammarion. Paris, 1994 en Rodotà, Stefano. *Tecnopolítica. La democrazia y las nuevas tecnologías de la comunicación*. Losada. Buenos Aires, 2000

88 G. Steiner, *No passion Spent*. Faber. Seais 1978-1996. Londres, 1996 en Rodotà, Stefano. *Tecnopolítica. La democrazia y las nuevas tecnologías de la comunicación*. Losada. Buenos Aires, 2000

89 Rodotà, Stefano. *Tecnopolítica. La democrazia y las nuevas tecnologías de la comunicación*. Losada. Buenos Aires, 2000

consensus conferences (conferencias para lograr consenso), y otras por el estilo, en virtud de una dinámica que realmente parece inagotable, y que diariamente genera nuevas oportunidades⁹⁰.

De esta manera se producen así efectos acumulativos que eran impensables cuando la informática no había transformado todavía radicalmente el mundo de la información. El sistema de la comunicación en su totalidad se encuentra ahora involucrado en el proceso político. Y estamos más allá de la propia frontera de la electrónica: con una referencia sintética al conjunto de los instrumentos antes enumerados, "se puede hablar ya de la *tecnopolítica* como fuerza estructuradora de nuestros sistemas"⁹¹.

De este modo se abre frente a nosotros un espacio político nuevo y así se cambian las formas en que se pueden manifestar los sujetos colectivos. Las redes telemáticas son una realidad; más aún Internet se ha convertido en el último e invasor *topos* de la retórica política y social. La política registra los cambios, de los cuales los "nuevos políticos" se presentan como los interpretes más visibles y acreditados. Hoy vemos como la democracia electrónica ocupa el horizonte, e inmediatamente se presenta como la forma apropiada para el populismo de nuestra época.

La tecnopolítica obtiene sus modelos en el mundo de la producción y del consumo, la oferta política es asimilada a la de los productos y de los servicios y se desarrolla una campaña electoral permanente, o, mejor dicho, un intercambio continuo de productos políticos, sobre todo en la forma de flujos de información. Por lo tanto existen transformaciones visibles de la esfera pública y el hombre político no sólo se adecua a las reglas de programas de información, comercio o espectáculo, sino que, es percibido por la opinión pública como parte de un mundo que le es más familiar, en el cual esas distintas actividades terminan por ser indistinguibles y así aparece como un producto entre los otros, es juzgado con criterios que se aproximan demasiado a los que rigen en el mundo del consumo. El verdadero cambio, más que en el papel prepotente asumido por la televisión en el juego político, reside precisamente en esa mutación de los parámetros de referencia. La tecnopolítica se constituye cada vez con mayor amplitud, con los instrumentos que provienen directamente del mundo de la producción, del comercio y de la publicidad. Pareciera como si la novedad presentada por el conjunto de los nuevos medios pudiese compararse al pasaje de la voz estatórea del orador de plaza, amplificada tal vez por un megáfono, a los micrófonos y los altoparlantes. El advenimiento de las tecnologías de la comunicación trae consigo la sustitución de una lógica por otra.

La lógica empresaria tiende a apoderarse de los instrumentos que, como Internet, han nacido y se han desarrollado bajo la insignia de la lógica opuesta: de una libertad tan plena como para representar la anarquía, y que, por sus circunstancias de origen, fueron acusados de poseer una naturaleza irreducible a lógicas que no fueran las dictadas por su modo de ser, por lo menos como los habíamos conocido hasta ahora. Pero también se había dicho desde hace tiempo que "la tecnología abre las puertas, el capital las cierra", pues con mayor repercusión se van presentando realidades y dejando al descubierto realidades de la sociedad; cada una de ellas a su vez se convierten en instrumentos de la tecnopolítica que estructuran el papel del ciudadano.

Es por eso que el empleo de las nuevas tecnologías de la comunicación no sólo modifica la relación entre políticos y ciudadanos, sino que incide también sobre el funcionamiento y sobre la naturaleza misma de los sistemas políticos. En palabras de Henry Kissinger⁹²: "la televisión está transformando la conciencia colectiva como lo hizo la prensa en el Renacimiento. Provoca impresiones superficiales, emociones, y favorece por lo tanto la demagogia y no lo digo por aludir a Berlusconi. La televisión hace que la vida y las decisiones políticas sean de corto aliento, porque corto es el aliento de la televisión"⁹³.

90 Ibid. páginas 16 y 17

91 Ibid. pág. 17

92 En: Rodotà, Stefano *Tecnopolítica. La democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación*. Losada. Buenos Aires, 2000

93 Kissinger, Henry. (entrevista) en *La república* 26 de mayo de 1994 página 2

Podemos observar que a lo largo de la historia se presentan momentos realmente significativos donde se exhibe el recurso conjunto a diversas técnicas de la comunicación, el uso de los recursos empresariales y la convocatoria populista. Por ejemplo, Perrot anuncia su candidatura en el curso de un programa televisivo de la red CNN, el *Larry King Live!*, y solicita ser llamado por una serie de líneas telefónicas especiales: en quince días recibe dos millones de llamados. Sus principales consejeros y jefes de campaña son dos de los máximos dirigentes de su compañía más importante, la Perot Systems. Y su eslogan *United We Stand* (unidos estamos) la cual posee la misma lógica apelación directa a los ciudadanos y a su capacidad de iniciativa que caracterizan al eslogan *Forza Italia*⁹⁴, elegido por Silvio Berlusconi.

Perot, de la misma manera que Berlusconi, se presenta como lo nuevo. Importa muy poco si en realidad lo es. Su sola comparecencia provoca reacciones profundas en el sistema político, su innovación de una *Electronic Town hall* (voto electrónico en una asamblea) es considerada por algunos como el primer paso hacia lo que luego sería la iniciativa Bill Clinton presidente de los Estados Unidos, para la construcción de las "autopistas electrónicas". Tales ejemplos nos permiten ver la expansión de la tecnopolítica que a su vez requiere el siempre cuidadoso examen del ámbito en el cual se verifican estos fenómenos. Sin embargo ponen en evidencia que el sistema de las comunicaciones posee una capacidad autónoma de legitimación política y de creación de una esfera pública en condiciones de reaccionar con extrema rapidez y eficacia sobre el sistema en su conjunto.

Pero corresponde señalar también las limitaciones de ciertas estrategias de respuesta, que sugieren recorrer los mismos caminos abiertos por Perot o Berlusconi, y demostrar una similar astucia tecnológica.

Ello podría revelarse como una ilusión peligrosa. Y no por que sea imposible tratar de perseguir un objetivo semejante, sino porque es ilusorio pensar que tales técnicas produzcan los mismos resultados en beneficio de cualquiera que las emplee, sin aceptar al mismo tiempo el modelo de comunicación o de sociedad al cual ellas remiten. No nos enfrentamos con técnicas que se presentan en todos los casos como absolutamente neutrales. El uso democrático de las tecnologías no puede ser confiado solamente a la buena voluntad de quien utiliza un medio determinado. La alternativa no reside en las modalidades de uso de una tecnología en todos los casos y cualquier manera bifronte, sino en la posibilidad de elegir entre diversas tecnologías. Ello se simboliza de cierta manera en ese proceso que en su primera etapa había sido descrito como el pasaje de la comunicación vertical a la horizontal, y que hoy se expresa por la gran novedad de la comunicación en red.

Existe una evidencia sobre la creciente y señalada redefinición del espacio de la política según las lógicas provenientes, hasta a ahora, del espacio televisivo, y, como perspectiva, del conjunto de la tecnopolítica. Sin embargo no se puede afirmar que nuestra sociedad con mayor frecuencia se caracteriza como "publicitaria"; puesto que no puede ser una ruptura. "En el moderno orden mundial es con el capitalismo que la proliferación y la circulación de las representaciones (y de los instrumentos para la generación y la transmisión de las representaciones) alcanzaron una dimensión espectacular, de la cual es prácticamente imposible escapar"⁹⁵. Por otra parte, la experiencia de países como Italia demuestra que, en los momentos de gran tensión se producen un incremento muy consistente de la "oferta" televisiva de política, para responder a la necesidad de información o de identificación de la opinión pública. Y el cambio de la esfera política, determinado hasta ahora fundamentalmente por la televisión "generalista", no puede ser percibido solamente como una suerte de pérdida de peso de la política.

En consonancia con los cambios de los sistemas políticos ligados a la difusión de las nuevas tecnologías, se habla ya habitualmente de teledemocracia, de videocracia y de encuestocracia, y con el registro de las novedades, renacen los temores, se vuelven a proponer esquemas interpretativos ya comprobados.

94 "Fuerza Italia" exclamación tradicional para animar al seleccionado italiano en los partidos de fútbol internacional

95 Greenblatt, S. *Meraviglia e Possesso*. Bologna, Il Mulino, 1994. Página 29 en Rodotà, Stefano. *Tecnopolítica. La democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación*. Losada. Buenos Aires, 2000

Mauricio Chinchilla⁹⁶ refiere que los demócratas cada vez más piden a sus votantes que se involucren en la construcción de las naciones, de las regiones, de los pueblos. Pero esto no es posible si los mismos gobiernos y en concreto, las personas elegidas, no crean los canales para que este anhelo se haga realidad. ¿Cuántas veces hemos escuchado hablar de “democracia participativa”? Pero democracia participativa no quiere decir votar y luego olvidarse de las administraciones, o al revés, ser elegido y luego olvidarse de los electores.

Según esta misma página la democracia participativa implica fomentar las vías y los medios para convertir a los ciudadanos y sus agrupaciones, en agentes políticos directos, al margen, pero junto a la acción política de los partidos políticos. “La democracia participativa es la conjunción de estas formas de democracia, lo que implica: a) La limitación de la democracia representativa a sus justos límites para que no pueda abusar de los mandatos populares. b) El aumento de las condiciones de accesibilidad ciudadana y de sus esferas de actuación mediante procedimientos de democracia semi-directa con una base constitucional democrática. c) La introducción progresiva de mecanismos de democracia directa aprovechando los avances de las tecnologías de la infocomunicación”.

4.2 Gobiernos y Nuevas Tecnologías

El planeamiento y la experimentación de la interactividad con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación estaban dirigidas sobre todo a las actividades comerciales, a los servicios y a algunas formas de organización del trabajo; por ejemplo telecompras, telebancos, teletrabajo y servicios sociales como la educación a distancia o el acceso directo a bancos de datos y bibliotecas.

Sin embargo no faltan intentos o experiencias que atañen a la comunicación política, a las relaciones entre ciudadanos e instituciones, al funcionamiento interno de las administraciones públicas y a la organización autónoma de los ciudadanos. En este aspecto se pueden distinguir las señales de las tendencias en curso más significativas y de sus posibles evoluciones en el futuro inmediato.

En primer término nos encontramos con el uso del correo electrónico y luego con la transformación de las redes que se convirtieron en un canal permanente de comunicación entre políticos y ciudadanos: el caso más conocido y publicitado corresponde a la Casa Blanca, con formas de comunicación que, al menos en sus aspectos fundamentales, permiten a todo norteamericano formular sugerencias o preguntas al presidente y así recibir respuestas – período presidencial Bill Clinton-. La comunicación electrónica es también utilizada para permitir a los individuos y a los grupos el envío a los organismos parlamentarios de observaciones a los proyectos de ley en tratamiento. Todas estas posibilidades fueron reforzadas y exaltadas desde que la difusión de Internet hizo que ésta se transformase en el lugar privilegiado de la discusión y de la propaganda política, no sólo en los Estados Unidos⁹⁷.

En las administraciones locales se han difundido ya tecnologías bastante simples, las cuales resultan ser fácilmente desarrolladas permitiendo:

- a) Participación más directa de los ciudadanos en los procesos de consulta y de decisión;
- b) Recuperación del interés de los ciudadanos en situaciones de participación política en declinación
- c) Transparencia de la acción administrativa
- d) Acceso directo a informaciones y servicios
- e) Gestión directa de parte de los ciudadanos de actividades o servicios
- f) Reducción de la discrecionalidad administrativa con incremento de la igualdad en el tratamiento de los ciudadanos.

Y los efectos más evidentes corresponden a una mayor eficiencia de los servicios, y, sobre todo, a la liberación de los ciudadanos de la dependencia de las burocracias. El recurso a procedimientos informatizados y a la intervención directa de los interesados, puede crear a demás las condiciones propicias para un real tratamiento

⁹⁶ Investigador y colaborador en www.observatoriodigital.net

⁹⁷ Radotá, Stefano. *Tecnopolítica. La democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación*. Losada. Buenos Aires, 2000

igualitario de los ciudadanos. Ante ello las posibilidades de intervención y de control se toman más incisivas cuando los ciudadanos son consultados o asociados con ciertas decisiones.

En general, existe un amplio interés por parte de los gobiernos en facilitar la conectividad a Internet y al uso de las nuevas tecnologías. Comienza a ser normal acceder a este tipo de servicios en escuelas, colegios, bibliotecas y otros estamentos públicos. Un avance propiciado no sólo por la investigación tecnológica sino por el empuje de los gobiernos a la hora de instaurar políticas de apoyo a estas herramientas, cada vez más populares.

Es así, como las administraciones se han subido al tren de las nuevas tecnologías. Este hecho tiene una particular relevancia, sobre todo en países cuya tradición democrática y de participación se ha visto interrumpida por prolongados gobiernos autoritarios, como es el caso de muchas naciones latinoamericanas como Chile, Venezuela, México, Colombia, Argentina, Brasil, Ecuador, Bolivia, Paraguay, Uruguay, Costa Rica.

Álvaro Díaz, subsecretario de Economía y Coordinador Gubernamental de Tecnologías de Información del gobierno chileno lo decía en su intervención en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información que se realizó en Ginebra, Suiza, en diciembre de 2003: "Chile está en plena transición hacia la sociedad de la información. En la actualidad casi 4 millones de chilenos mayores de 6 años, acceden a Internet desde las escuelas, liceos, universidades, empresas, el sector público, la red nacional de infocentros y también hogares. Aspiramos a construir una sociedad de la información democrática y abierta, que abra las puertas al desarrollo, aumente la igualdad de oportunidades, la eficiencia y transparencia del Estado, fortalezca la democracia y abra espacio al desarrollo de la sociedad civil con toda su diversidad y riqueza cultural"⁹⁸.

También se está procurando crear una cultura administrativa que sea tanto o más eficiente que los despachos por ventanilla. Un ejemplo de ello son todos los trámites administrativos que se pueden realizar vía Internet y que se están agilizando a través de las diferentes agendas de conectividad de cada uno de los países. Ya se puede saber, por ejemplo, quiénes son los alcaldes de determinados pueblos y regiones, e incluso escribirles y comunicarse con ellos (¡otra cosa es que contesten!), pero de poder, se puede. Por ejemplo, Alcaldías.com es la página de la Red Nacional de Alcaldías en Internet de Venezuela, desde donde se pueden conocer todos los municipios y la gestión de sus alcaldes.

También los gobiernos y las administraciones públicas, cada vez más, ofrecen más y más servicios a los ciudadanos vía online: solicitud de certificados, antecedentes, tarjetas sanitarias, denuncias, solicitudes para subsidios habitacionales y préstamos estudiantiles, son algunos ejemplos. Es decir, ya se pueden realizar muchas de aquellas gestiones tan engorrosas y por las cuáles, incluso antaño, había que perder toda una mañana para conseguir un simple sello o papel. Por ejemplo los ciudadanos chilenos a través de un portal del gobierno (<http://www.tramitefacil.cl>) tienen acceso instantáneo a la información de unos 1.300 servicios, entregados por 88 agencias de gobierno, y pueden completar varios trámites en línea.

El Proyecto del Sistema Nacional de Capacitación Municipal es uno de los resultados concretos de una alianza estratégica entre el Gobierno Colombiano y la Comunidad Europea para profundizar el actual proceso de descentralización.

Iperbole es una red cívica creada en 1995 por el Ayuntamiento de Bolonia, Italia. Su idea es hacer realidad la democracia digital y la ciudadanía telemática. Para ello el ayuntamiento ofrece a todos los ciudadanos y ciudadanas que lo soliciten, un servicio de correo electrónico gratuito, acceso directo a la página Web municipal y conexiones gratuitas a Internet. La experiencia de Iperbole se encuadra dentro de lo que se ha denominado redes ciudadanas, un campo en el que se está experimentando sobre la extensión de la sociedad de la información al conjunto de la ciudadanía y sobre la teledemocracia.

98 <http://www.minecon.cl/economiafinal.nsf>

Valparaíso Tecnológico es una iniciativa creada en marzo del 2002, con el propósito de promover el uso de las Nuevas Tecnologías en la ciudad de Valparaíso -Chile-, de modo que se constituya a mediano plazo en el territorio líder en América Latina en informatización

Los acuerdos bilaterales son el modelo a través del cual los gobiernos se apoyan mutuamente intercambiando recursos, en pro de los objetivos de cada uno. Un ejemplo de ello es el Programa Franco-Mexicano de Cooperación Municipal (PFMCM) en marcha desde 1999, con el financiamiento de la Embajada de Francia. El objetivo de este intercambio es impulsar el proceso de descentralización mexicana, mediante el fortalecimiento de las capacidades de gestión de los gobiernos locales y de la democracia local⁹⁹

Tanto como crear políticas, es importante procurar que estas se cumplan. En este sentido cabe destacar el enorme esfuerzo que realizan diversos centros, instituciones privadas u organizaciones por fiscalizar (veedurías) y difundir los resultados de las diversas administraciones.

Al respecto, Johhana Kippo, en Ventana Digital escribe que «El interés por Internet y las redes informáticas ha reavivado en los últimos años un amplio debate sobre la democracia electrónica. Sabemos que en la sociedad actual el poder lo tienen aquellos que pueden hacer oír su voz y, por este motivo, es muy importante tener acceso a la esfera pública. Para un ciudadano cualquiera es complicado conseguir un espacio en los medios de comunicación tradicionales donde manifestar sus pensamientos. En cambio, Internet podría convertirse en el medio de comunicación más democrático, porque a través de las redes informáticas cada individuo tiene la posibilidad de obtener información y expresar sus opiniones».

Tomando en cuenta la propuesta de Jacques Maritain sobre su postura en relación a la relación política-medios de comunicación, la cual tiene que ver con un sentido poco optimista, pues dice que "La tragedia de las democracias modernas consiste en que ellas mismas no han logrado aún realizar la democracia"; menciono lo que se ha venido desarrollando en América Latina, pues desde que se adoptó en los últimos quince años, políticas nacionales para el sector de informática, sobre todo en sus tres mayores países: Brasil, Argentina y México. Las experiencias acumuladas, a lo largo de más de un decenio, ofrecen valiosas informaciones para la tarea de formular una estrategia para el futuro de la informática en la región. Sin duda, ellas se constituyen en un punto de referencia obligatorio en la medida que la diversidad de enfoques adoptados por los países señala los límites de cada uno de ellos, dando una visión más rica de sus respectivas potencialidades. Al mismo tiempo en que Brasil, Argentina y México elaboraron políticas con importantes diferencias en lo referente a sus objetivos e instrumentos para el complejo electrónico, enfrentaron algunos constreñimientos externos semejantes y comparten algunos problemas comunes, a la explicación de estos puntos:

1. Naturaleza de la política, objetivos e instrumentos.
2. Límites estructurales para su implantación.
3. Identificación de problemas comunes.

Diferentes experiencias en el contexto de cada uno de los países facilitaron la discusión sobre las posibilidades y límites de la incorporación de la microelectrónica y de la informática en América Latina, en el periodo de transición. Un aspecto crucial en el examen de las experiencias de Brasil, Argentina y México, es la relación entre el tipo de política y el aprendizaje tecnológico, que deben estar insertos en el contexto sociopolítico, institucional y económico específico de cada país.

Pensando en el futuro de la informática en América Latina, los países de la región se encuentran frente a dos grandes opciones: la primera sería seguir el patrón anterior, basado en el uso de arquitecturas abiertas y en la oferta de productos estándar, la segunda, imitar a algunos de los nuevos procesadores que permitirían saltar

99 <http://www.ena.fr/enaplan.php>

hacia la producción de productos de nueva generación¹⁰⁰. Es cierto que estas opciones no son excluyentes pero, en términos de estrategia de largo plazo tendrá que ser hecha una elección.

A diferencia de otros países México ha buscado que se privilegie la búsqueda de competitividad internacional y el desarrollo tecnológico propio. Aun adoptando una reserva de mercado implícita¹⁰¹.

4.3 Internet en momentos electorales

Toda la información que ya hemos abordado hasta este punto está insertada en el ámbito de la política y puesto que el interés de éste trabajo surge desde tal ámbito y además se centra en los procesos político electorales, es así como veremos que, hablar de democracia hoy, es referirse a un sistema de gobierno ampliamente difundido en todo el Planeta y que es visto como la mejor alternativa de entre todas las que ha conocido la historia. Concretamente, "se trata del sistema por el cual a través de elecciones periódicas todos los ciudadanos de un país pueden expresar su opinión respecto de la manera cómo quieren vivir, aunque ello no implica que lleguen a hacerlo, pues –tal como funcionan hasta ahora las democracias representativas- la «manera» que se impone es la de las mayorías"¹⁰².

Actualmente existen diversas voces que cuestionan estas definiciones, pues llevado a la práctica, el modelo democrático y los valores que conlleva, han dado pruebas suficientes para demostrar que los hechos distan mucho de las intenciones y que –en definitiva- no hay una sola «democracia», sino varias que dependerán de las «gafas» de quien las defina y el contexto en que se ejercite.

Independientemente de sus matices, desde hace un par de décadas las democracias actuales han debido asumir la aparición de un nuevo actor en el escenario político: Internet.

Es que un medio de comunicación interactivo, disponible en cientos de miles de ordenadores dispersos por el mundo y al alcance de millares de usuarios en los 5 continentes es, sin duda, base más que suficiente para sembrar la esperanza en una democracia si no «directa», al menos «más directa» y participativa que la existente en la actualidad. Pero como suele ocurrir con los grandes avances tecnológicos, rápidamente la realidad demuestra que el «juguete nuevo» no siempre puede responder a las expectativas que genera, al menos no a todas.

La Contribución de la Red a la democracia de muchas maneras, pero la más importante es sin duda que posibilita una mayor participación de los ciudadanos en una enorme diversidad de temas y espacios de acción. No es ya una, sino cientos las puertas que se abren gracias a la riqueza de «lo social» que toma vida en la Red.

Sólo por señalar un ejemplo, las manifestaciones en rechazo del ataque de Estados Unidos a Irak, estremecieron las calles de las principales ciudades del mundo el pasado 15 de febrero; pero al mismo tiempo, igual y quizá mayor estremecimiento sufrieron los hilos de la Red que, desbordada por los manifiestos de los ciberactivistas, marcó un hito en la historia de los nuevos movimientos sociales.

Asimismo, en la esfera más tradicional de las democracias, Internet es un medio por el cual los representantes políticos elegidos pueden mantener un contacto más directo y fluido con sus electores. Dada la imposibilidad de que los políticos sostengan encuentros «cara a cara» con todos los votantes, la Red permite tanto que éstos publiquen información útil para la población, como que ésta, a su vez, les haga saber (a los políticos) sus inquietudes, problemas, quejas, peticiones o felicitaciones y reconocimiento, según corresponda. Y en nuestro

100 Herrera, Amílcar. *Las nuevas tecnologías y el futuro de América Latina, Riesgo y Oportunidad* Editorial Siglo XXI. 1994

101 México, siguiendo una orientación semejante a la de Brasil segmentó el mercado por el porte de los equipos innovadores tecnológicos; convirtiéndose únicamente en socio minoritario en las empresas mixtas previstas por el gobierno mexicano.

102 Pneto, Rodrigo en DEBATES IESA Tecnología de Información: Electrónica y algo más. Revista publicada por el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA). No. 4 Vol. VIII. Caracas, Venezuela. 2002

país, pudo ser bien identificado en el proceso electoral con la gran cantidad de información que se maneja y que además se difundió por correo electrónico, un ejemplo de ello es el siguiente correo electrónico que circuló con el fin de desprestigiar a uno de los candidatos e infundir otras ideas con respecto a él.

* Correo electrónico enviado el 13 de junio de 2006, el asunto del correo El Mesías Tropical:

El Mesías Tropical

El siguiente ensayo fue escrito por uno de los mejores historiadores mexicanos: Enrique Krauze, de intachable autoridad moral e intelectual, ajeno a partidos políticos y para más señas, fundador junto con Octavio Paz de la revista literaria "Letras Libres", antes de descalificaciones vean dicha revista o conozcan su trayectoria, que la "flojera" de leer o el "analfabetismo funcional" no les impida conocer éste largo pero preciso análisis histórico y psicológico más allá de preferencias políticas, la historia y la psicología no mienten cuando se utilizan rigurosamente para dilucidar a una persona y sus hechos, razona tu voto y apela a tu autocrítica.

"Hay en el sureste
Un hombre de acción
Que a todas las huestes
Trajo redención" (Corrido tabasqueño)



*Imagen enviada a través de correo electrónico antes días antes de las elecciones del 2 de julio de 2006



*Página Web que hasta el día de la toma de protesta (1 de diciembre de 2006) hacía campaña de desprestigio

Aunque está claro que los dirigentes políticos no tienen tiempo para leer y contestar la gran cantidad de correos electrónicos que reciben, sin duda todos tienen a alguien que los lee por ellos y se encarga de mantenerlos informados de los principales «temas» tratados, y con seguridad, más de alguna vez se habrán dado el tiempo para responder directamente.

En términos de funcionamiento operativo de las democracias, los gobiernos se han tecnologizado y han creado páginas Web en las cuales ponen a disposición de los ciudadanos muchísima información sobre trámites, servicios o beneficios a los que éstos pueden acceder. Así, la Red está contribuyendo a disminuir la burocracia y a facilitar la democratización de la información que emana de los gobiernos. Hay que reconocer en todo caso que muchas de estas Web «oficiales» no siempre son de lo más amigables o fáciles de entender y manejar, pero su sola existencia ya constituye un avance. Algunos ejemplos son las Web de los gobiernos de Perú, México, Colombia, Chile, Italia y España, entre otros.

Otro aspecto aún incipiente, pero muy interesante en la relación Internet y Democracia, es que aumentan las posibilidades de conocer y en algunos casos fiscalizar la labor de los Estados por parte de los ciudadanos. Entre la información que los gobiernos o los parlamentarios ponen a disposición de los ciudadanos, figuran leyes, diagnósticos, planes y proyectos, presupuestos e informes de gestión, entre otros documentos que dan cuenta de la acción de los gobiernos democráticos. Aunque recién se están dando los primeros pasos, como se aprecia en el caso de la Superintendencia de Administración Tributaria de Perú, lo cierto es que de esta manera se está abriendo camino a la transparencia en la gestión de los Estados.

Pese a que aún figura entre los desafíos de la tecnología, otro aporte de Internet a las democracias es la posibilidad de que los ciudadanos puedan expresar su opinión de manera directa respecto de los temas que les incumben, ya sea en sondeos de opinión muy acotados, hasta en las mismas elecciones generales de cada país. Hasta ahora sólo existen experiencias aisladas y de alcance limitado, pero se está trabajando para mejorar dichas condiciones. Un artículo en Baquia.com comenta distintas experiencias en este sentido. La misma senda se pretende seguir en España

Evidentemente nos encontramos con obstáculos, los cuales lamentablemente y ante el enorme aporte de Internet a las democracias puede desaparecer por el sólo peso de una palabra: el «acceso». En efecto, en este caso tales ventajas son privativas de aquellas sociedades en que el uso de Internet es masivo. Países como Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Holanda, Suecia, entre otras naciones «del norte» son los mejor preparados para disfrutar de estos beneficios. Latinoamérica y Asia van avanzando, pero qué decir del África profunda: ni luces todavía de entrar a la era informatizada.

La cuestión central en este caso está en la llamada «brecha digital», que comentábamos en nuestro boletín nº 226, que no es más que la distancia que existe entre quienes tienen acceso a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y quienes no (o a medias, con todas sus variantes).

4.4 Internet en los procesos electorales mexicanos

El presente apartado tiene como objetivo mirar la forma en la que se han insertado las páginas electrónicas, consideradas como Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en procesos electorales en México¹⁰³; se ha considerado tomar en cuenta puntos de vista de investigadores como Octavio Islas¹⁰⁴ quien ha seguido de cerca los fenómenos relacionados con el Internet en la política.

¹⁰³ Cabe señalar que el proceso electoral federal de 2006 en México es el primero que cuenta con registro de uso de páginas electrónicas en candidatos a puestos de elección popular, pues anteriormente de manera única se había utilizado tal herramienta comunicativa desde organismos oficiales.

¹⁰⁴ Profesor investigador del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. Creador de Caber espacios de discusión sobre el tema de Internet y Procesos Políticos

En años recientes Internet ha registrado un significativo incremento en su penetración, según Octavio Islas, frecuencia e intensidad de uso en la sociedad mexicana. De acuerdo con los resultados que arrojó un Estudio AMIPCI de hábitos de los usuarios de Internet en México 2005, poco más de 22 millones de mexicanos tienen acceso regular a computadoras. La base instalada de computadoras fue estimada en 10.8 millones, de las cuales 6.3 millones –el 58.7% del total- dispone de las capacidades tecnológicas indispensables para la navegación en Internet. El número de usuarios de Internet en México mayores de 6 años de edad fue estimado en 17.1 millones, y la tasa de penetración de Internet a nivel nacional representa el 18.2%.

Los resultados del referido estudio permiten afirmar que Internet incrementa el alcance de los principales medios de comunicación masiva en todos los niveles socioeconómicos –situación que evidencia a Internet como prolongación de los medios de comunicación convencionales-, y particularmente aquéllos que se distinguen por su elevado poder adquisitivo. En México el más alto índice de afinidad a Internet se presenta en los segmentos de 25 a 34 años y 35 a 44 años.

De acuerdo con resultados del Estudio General de Medios (EGM), elaborado por Ipsos Bimsa, y citado en el Estudio AMIPCI de hábitos de los usuarios de Internet en México 2005, el porcentaje de exposición a Internet es 12% superior a los diarios y apenas 4% inferior a las revistas.

Tabla 1 Contribución de Internet al incremento que registra la penetración de los medios de comunicación convencionales (sociedad en general).

Medio	Porcentaje	Medio e Internet	Porcentaje	Incremento
Televisión abierta	74%	Televisión abierta e Internet	80%	6%
Radio	51%	Radio e Internet	59%	8%
Diarios	17%	Diarios e Internet	30%	13%
Revistas	32%	Revistas e Internet	39%	7%

*Fuente Ipsos Bimsa. Estudio General de Medios. Citado en el Estudio AMIPCI de hábitos de los usuarios de Internet en México 2005.

Las cualidades de Internet –medio de comunicación que admite ser considerado inteligente-, sin duda alguna permiten considerarle como útil medio de comunicación en toda campaña a puestos de elección ciudadana. Para sustentar la pertinencia de lo afirmado vale la pena destacar que mucho antes de registrar ante el Instituto Federal Electoral sus respectivas candidaturas, los tres principales candidatos a la presidencia de la República (Andrés Manuel López Obrador, Felipe Calderón Hinojosa y Roberto Madrazo Pintado) disponían de sitios web destinados a funciones eminentemente propagandísticas.

El ciberespacio representa un escenario idóneo para la difusión del ideario político de los candidatos presidenciales, y su consecuente análisis y debate. Desafortunadamente la rígida arquitectura de los sitios web de los tres principales candidatos presidenciales, concebidos únicamente para propósitos de promoción, hoy definitivamente inhibe tales posibilidades.

Andrés Manuel López Obrador



Además de la ventaja que López Obrador mantuvo sobre los demás candidatos presidenciales, el carismático político tabasqueño también se encontró adelante en cuanto al número de sitios web oficiales y no oficiales dedicados a su candidatura. De acuerdo con Mitofsky, a mediados del mes de enero la preferencia efectiva de Andrés Manuel ascendía a 38.7%, mientras su más cercano contendiente -Felipe Calderón- se ubicaba 7.7 puntos abajo (31%).

El candidato presidencial de la coalición "Por el bien de Todos", integrada por los partidos Revolucionario Democrático, Convergencia, y del Trabajo, dispuso de dos sitios web oficiales que presentan idéntica información: <http://www.lopezobrador.org.mx/> y <http://www.amlo.org.mx/> El principal sitio web no oficial de López Obrador es <http://www.lopez-obrador.com.mx>.

Se pudo observar que los principales propósitos que reflejaban las páginas de López Obrador respondieron a la necesidad de posicionarse como el candidato presidencial que en aquel momento encabezaba las encuestas relativas a intención del voto ciudadano, además de suministrar información a los profesionales de los medios de comunicación.

En segundo lugar destacó la necesidad de promover la participación ciudadana, y a ese propósito precisamente respondía un apartado donde se invitaba a la ciudadanía en general a realizar campaña y contribuir a la misma "Hagamos juntos la campaña".

Felipe Calderón Hinojosa



Después de un contundente triunfo sobre Santiago Creel Miranda y Alberto Cárdenas Jiménez en las elecciones internas del panismo, Felipe Calderón, decidió dejar fuera de su sitio web <http://www.felipe-calderon.org> la incómoda tienda virtual en la cual vendía pins de oro de 14 kilates oro con su figura.

De su sitio web como precandidato procede el apartado "Promocionales" <http://www.felipe-calderon.org/fc/html/promos.htm>, que además en su momento no funcionaron. Ello impidió que el ciudadano disfrutara de "cumbias" y "quebraditas" dedicadas al formal candidato del partido blanquiazul.

La página electrónica de Felipe Calderón dio importancia a las mujeres, dejando un espacio específico para ellas, además de resaltar el tema de la transparencia, el cual sin lugar a dudas le proporcionó ventajas sobre los otros candidatos y sus páginas, pues ahí publicó detalladamente los gastos de campaña.

Roberto Madrazo Pintado



El sitio web oficial de Roberto Madrazo, candidato de la "Alianza por México" que integran el Partido Revolucionario Institucional, y el Partido Verde Ecologista, puede consultarse en <http://www.mexicoconmadrazo.org>. Los trámites para la asignación del referendo dominio los realizó Julio Sabines Chesterking, el 24 de agosto de 2005.

En el sitio web oficial del candidato de la "Alianza por México", el polémico político tabasqueño omite su apellido, quizá pretendiendo posicionarse como sujeto asequible y, de paso, restar peso a la negativa imagen que amplios sectores de la sociedad hoy asocian al nombre de Roberto Madrazo.

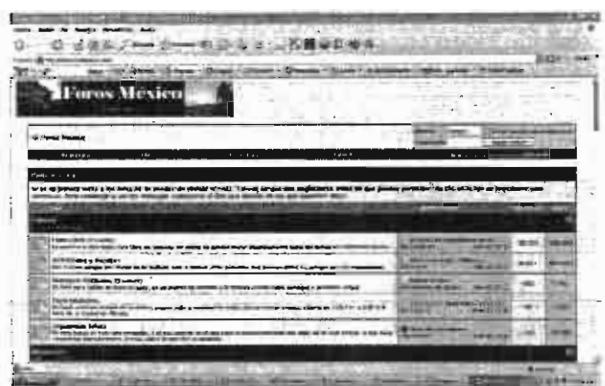
Si bien entre los principales apartados temáticos del referido sitio web, la temática "mujeres" no fue considerada, en el apartado "Roberto" es posible consultar una sección dedicada a Isabel de la Parra Madrazo, esposa del candidato.

El tema de la transparencia en la procedencia, monto y ejercicio de los recursos destinados a su campaña presidencial también representan asignatura pendiente. Sin embargo, el tema es abordado en los últimos capítulos del libro Bases para un gobierno firme y con rumbo, aunque Roberto Madrazo no establece compromisos específicos en materia de transparencia en sus gastos de campaña. Precisamente en ese libro – que es posible consultar en línea- es posible advertir un capítulo dedicado al tema de mujeres y jóvenes.

El apartado "Galería" almacena interesantes fotografías y recursos multimedia. En la sección "Descargas", por ejemplo, permite bajar de Internet el "Manual de identidad gráfica de la campaña presidencial de Roberto Madrazo". La sección "Saluciones", en cambio, exhibe sensible abandono.

El tema de fondo que acompaña la navegación en el sitio web oficial de Roberto Madrazo propicia que el usuario desista de tal propósito. Sólo sus verdaderos enemigos políticos pudieron concebir tan imaginativa ocurrencia.

Los sitios webs de los principales candidatos presidenciales hoy básicamente cumplen funciones de proselitismo, apartándose del genuino significado de la comunicación política. Los sitios webs de los principales candidatos no estimulan la participación ciudadana, el análisis y el debate de ideas. Nuestra clase política poco sabe de los blogs y seguramente los consideraría comprometedores.



*ejemplo de sitio web donde se aplica la modalidad de foro o Chat para discutir aspectos relevantes y cotidianos de la politica mexicana.

CAPÍTULO 5 DEMOCRACIA, PROCESOS ELECTORALES Y ELECCIONES EN MÉXICO

Debido a que el presente reporte de investigación se sitúa en el contexto de la democracia, el presente capítulo tiene como fin abordar dicho temas desde su concepción y así poder conocer la forma en cómo se desprenden una serie de elementos que tienen que ver con su formulación y re-configuración.

Uno de estos elementos son los medios masivos de comunicación, más adelante explicaremos de qué manera se constituyen como esenciales dentro de los procesos de cambio democráticos y dentro de la misma concepción de democracia, todo ello es a partir de su relación con las arenas políticas.

De ahí que se aborde el tema de los procesos democráticos y los político-electorales que junto con los medios de comunicación van generando en la comunicación política nuevos espacios de discusión y de abordaje en el ámbito de la investigación social.

En cuanto a la importancia y función de las elecciones se presenta una mirada que nos deja observar la situación actual del sistema de partidos en nuestro país, la historia de los mismos y la forma en que se han ido relacionando con los medios masivos de comunicación, así también los ejes de investigación que se han generado a partir de tal relación.

Cabe señalar que tales conceptos únicamente se tienen aquí como referencia, más no tienen que ver directamente con el presente reporte.

5.1 Democracia hoy

La concepción de la democracia se ha transformado a lo largo de la historia, pues ha combinado las exigencias complementarias de la libertad y la igualdad, la idea de soberanía popular, que gustosamente es llamada ciudadanía, aunado a la idea de derechos del hombre que ha inspirado el inicio de algunas revoluciones de nuestra historia. Por lo que la combinación de estos tres temas: ciudadanía, limitación del poder por el respeto de los derechos humanos fundamentales, representación pluralista de los intereses y las opiniones ha alcanzado su mejor expresión en la divisa que fue y que se puede observar en algunos países europeos.

Ante dichas transformaciones y dando pie a lo que Alain Touraine señala como crisis de la democracia, explica que entre la unificación económica del mundo y su fragmentación cultural, el espacio que era de la vida social (y sobre todo política) se hunde, y los dirigentes o los partidos políticos pierden tan brutalmente su función representativa que se sumergen o son acusados de sumergirse en la corrupción o el cinismo. De hecho refiere que los partidos¹⁰⁵ no son ya otra cosa que empresas políticas puestas al servicio de un candidato más que de un programa o de los intereses sociales de sus mandantes. Por ello en muchos países, la democracia se limita a la ausencia de poder absoluto y al triunfo de la economía de mercado. Ahora bien, si no hay democracia sin economía de mercado, a menudo ésta se asocia a regímenes no democráticos.

José Woldenberg, en una reciente publicación (2006) dice que la calidad de nuestros partidos políticos y medios de comunicación dependerá la calidad de nuestra democracia¹⁰⁶.

Hoy los medios de comunicación, son más abiertos que en el pasado y más libres, por lo que la diversidad política se crea en ellos y así hoy ya no podemos ver los antiguos y apremiantes destierros y prácticas excluyentes de ayer hacia los medios de comunicación. Hoy también podemos ver toda una gama de posibilidades y opciones de dar cuenta de lo que pasa en la política mexicana y en los procesos electorales a través de todos los medios de comunicación posibles.

105 Touraine, Alain. *¿Podemos vivir juntos?*. Fondo de Cultura Económica. México, 1997.

106 Woldenberg, José. *Después de la transición. Gobernabilidad, espacio público y derechos*. Cal y Arena. México, 2006.

Por ello partidos, instituciones, arenas políticas y medios se verán obligados a provocar racionalidad a cada uno de los ejercicios que se generen dentro de ellos y su entorno y dotar de sentido así la actividad política; obviamente éstas acciones dependerán de los que hagan o dejen de hacer ambas partes (medios-instituciones).

No obstante y retomando la postura de Alain Touraine, las grandes campañas de opinión ya no recurren a la idea democrática; así que la democracia no podría reducirse a la organización de elecciones libres. Se mide por la capacidad del sistema político de elaborar y legitimar las demandas sociales al someterlas directa o indirectamente al voto popular, lo que supone que sepa combinar la diversidad de los intereses materiales y morales con la unidad de la sociedad. Combinación que obliga a trazar fronteras constantemente cambiantes entre los deberes legales y las libertades personales o colectivas.

Dicho aspecto de la democracia como capacidad de aportar respuestas institucionales a las demandas sociales nos obliga a reconocer que está viviendo un período de retroceso. De manera que en algún momento, la opinión pública tomó conciencia de un aislamiento político, considerando a los partidos como empresas políticas de comunicación que producen campañas publicitarias y se valen de todas las herramientas posibles, incluso las nuevas tecnologías de la comunicación, por lo que se ha hecho habitual que una de estas empresas se convierta en consejero comunicacional, es decir, en consejero político de hecho, de un candidato o un dirigente partidario.

5.2 ¿Cómo definimos a la democracia?

Partiendo desde distintas posturas clásicas-teóricas que definen a la democracia, es importante conocer el recorrido por el que ha atravesado el concepto, un cuadro conceptual nos permitirá observar las diversas corrientes.

Es importante señalar que elegí a tres autores, puesto que por su repercusión en el ámbito de la aportación teórica se han destacado como tal.

DEMOCRACIA



Del griego δημοκρατία, compuesto por δῆμος que significa "pueblo", κρατεῖν que quiere decir "gobemar", y el sufijo ία, el término por tanto significa, literalmente, "gobierno del pueblo".

A partir de las siguientes tres vertientes se hará un acercamiento al concepto de democracia tocado por cada uno de los autores que a continuación se refieren:

CONCEPTOS		
Giovanni Sartori Definir la democracia es explicar qué significa el vocablo, y así el problema se resuelve rápido, basta saber un poco de griego; la palabra significa, literalmente, poder (kratos) del pueblo (demos). Más de esta manera habremos resuelto sólo un problema de etimología: así que sólo nos encontramos con una explicación del nombre.	Robert Dahl Dentro de la enorme y a menudo impenetrable maleza de ideas que existen sobre la democracia; propone el desarrollo de cinco criterios que es muy posible identificarlos por el hecho de que deban ser satisfechos por el proceso de gobierno de una asociación para cumplir la exigencia de sus miembros que también tienen el derecho a participar en las decisiones políticas de esta asociación.	Norberto Bobbio El hilo conductor de la definición e ilustración de la democracia se define procedimental, y no substantivamente.

Sin embargo para Sartori el problema de definir a la democracia, es mucho más complejo pues el término democracia esta para algo, o sea que, el que la palabra democracia tenga un preciso significado literal o etimológico, no ayuda para nada a entender a cuál realidad corresponde ni como están construidas y funcionan

las democracias posibles, porque entre la palabra y su referencia, entre el nombre y la cosa, el paso es larguísimo.

Por ello, para Giovanni Sartori:

La tesis difundida y creída por más de medio siglo de que las democracias eran dos, una occidental y otra comunista ¿Cómo es que la tesis de las dos democracias ha sido demostrada? Precisamente dice Sartori, haciendo una comparación engañosa entre el ser y el deber ser. La demostración sería exige dos formas de confrontación: una dirigida a los ideales y otra a los hechos. En cambio, la falsa demostración unifica y entrecruza las confrontaciones de la siguiente manera: comparando los ideales (no realizados) del comunismo, con los hechos (y los errores) de las democracias liberales. De este modo se gana siempre, pero solo en el papel. Así se comprende que la distinción entre la democracia en sentido prescriptivo y democracia en sentido descriptivo es verdaderamente fundamental. Lo cierto es que como señala el autor, por un lado, complica el planteamiento, pero, por el otro, lo limpia y lo pone en orden.

La democracia no puede garantizar que sus ciudadanos serán felices, prósperos, saludables, sabios, pacíficos o justos; pues alcanzar estos fines está más allá de la capacidad de cualquier gobierno, incluido así un gobierno democrático. Sin embargo y a pesar de los ideales de la democracia, no podemos perder de vista sus beneficios. De manera que la democracia constituye para la mayoría de nosotros una apuesta mucho mejor que cualquier alternativa equiparable a la misma.

Retomando a Bobbio, la democracia, es una idea mucho más subversiva, en un cierto sentido, que el socialismo mismo. Tal pretensión fue más táctica que sistémica y su pensamiento auténtico se descubre en otra parte y se pregunta sobre quién y cómo gobierna, a lo cual declara categóricamente que no cabe duda que el cómo gobernar siempre ha sido más importante que el quién gobierna, es decir, no en las clases dominantes, si no las formas de su dominio.

Por lo tanto, Bobbio plantea lo que se deberá entender como los criterios esenciales de la democracia, reduciéndolos a cuatro puntos:

- 1) El sufragio adulto igual y universal
- 2) Derechos cívicos que aseguran la expresión libre de opiniones y la organización libre de corrientes de opinión.
- 3) Decisiones tomadas por mayoría numérica.
- 4) Garantías de los derechos de las minorías contra cualquier abuso de las mayorías.

Ante dichos criterios Bobbio refiere que "la democracia es un método, la forma de una comunidad política más no su substancia"¹⁰⁷.

Para finalizar con la concepción de la democracia retomo la reflexión de Sartori, la cual señala que: "Si es verdad que la dicción nos desvía, ¿por qué denominar las cosas con etiquetas que no corresponden? Se ha constatado que las democracias son de hecho poliarquías"¹⁰⁸. Admitida la afirmación como exacta, por qué no llamarla así; puesto que la respuesta a ello tiene que ver con cuando el término democracia no nos sirva para fines descriptivos, es necesario para efectos normativos.

Después de tener un panorama del concepto de la democracia, es necesario saber qué papel asume dentro de las sociedades latinoamericanas y sobre todo en nuestro país, pues teniendo en cuenta que cada vez más y con mayor énfasis nos encontramos con el uso de esta palabra que llevada a los medios de comunicación multiplica su uso y no precisamente su entendimiento total.

107 González, José M. *Teorías de la democracia*. Editorial Antropos, Barcelona 1988

108 Sartori, Giovanni. *¿Qué es la democracia?*. Santillana Ediciones Generales, México 2003

5.3 Democracia en América Latina

La situación de la democracia en América Latina, como en el resto del mundo también es débil o aún más, se ve amenazada. Ante tal panorama secularizado; ya no se espera en América Latina, como lo menciona Alain Touraine que nuestros dirigentes tengan carisma; incluso desconfiamos de quienes encarnan la capacidad de gestión política y la eminencia social o cultural, sin aceptar no obstante la separación total del orden social y el orden político que introducen los partidos políticos reducidos a coaliciones electorales. El mundo latino, europeo y latinoamericano,¹⁰⁹ vive con dificultades, en este fin de siglo, la desaparición de los grandes hombres políticos, que es ante todo el fin de las pasiones políticas, suscitando un rechazo creciente de las epopeyas políticas, la violencia calificada de liberadora y la elocuencia que apela al juicio de la Historia. El Estado, el sistema político, la sociedad civil son esferas separadas que se interpretan pero no son ya los componentes de un sistema societal.

Son palpables los riesgos de la democracia en América Latina, pues según analistas políticos, lo que pone en riesgo la implementación o desarrollo pleno de ella, puesto que nos hemos enfrentado a asumir la perspectiva que las desigualdades y limitaciones del proceso democrático convierten a nuestros sistemas políticos en estructuralmente inestables; y a que la democracia es en buena medida un campo de lucha de proyectos y no exclusivamente un procedimiento o método cuantificable como lo propone buena parte de la ciencia política moderna.

El primer riesgo que enfrenta la democratización, es la acumulación de demandas sociales insatisfechas. Esto ha pretendido ser regulado a través de la teoría de la Gobernabilidad, que en su vertiente más conservadora impone una autolimitación a las demandas sociales y económicas excluyéndolas de la esfera política. Esta visión reduce la democracia a una búsqueda permanente de equilibrios despojándola de sus fines y valores. En ello están algunos núcleos dirigentes en México, Chile y Argentina.

Ello sin embargo implica otros problemas. La acumulación de demandas son deslegitimadas desde el estado, pero están ampliamente legitimadas por los actores sociales y la sociedad civil. Si el estado y su élite dirigente insisten en negar la legitimación de las demandas sociales, entonces los riesgos para plantear reivindicaciones fuera del sistema político es muy grande. Movilizaciones de masas y grupos armados por un lado y el surgimiento de un discurso crítico de la democracia por otro entre los actores sociales, son desafíos reales. La desilusión que trae consigo el fin del proceso de democratización, puede también llevar a fenómenos de despolitización, base real del neo autoritarismo.

El segundo riesgo que enfrenta la democratización, es la falta de eficacia en el logro de las metas de gobierno. La alternancia en el ejercicio del poder, renueva el proceso democrático, pero si ello no viene acompañado por cambios eficaces en el diseño y ejecución de las políticas públicas y más concretamente en las políticas sociales, surge la sensación lumpedusana que cambia todo para que no cambie nada. Ello se confirma cuando asistimos al espectáculo de relevos de técnicos y políticos que profesan la misma ideología surgida desde hace más de una década con el consenso de Washington, auspiciado por el FMI y el BM.

Existe una resistencia a devolverle al estado su rol promotor, sin que ello implique el regreso al grande déficit fiscal y a regulaciones extremas. Las llamadas " políticas correctas " están llevando al desastre a la Argentina, no sacan de la recesión a los países andinos, no reducen la pobreza en el Brasil, mantienen en el aletargamiento a Centro América y hacen descansar sobre los hombros de los más pobres en México el ajuste fiscal.

Necesitamos que nuestra tecnocracia y clase política se "re-nacionalicen" en la valoración de las políticas sociales. Urge un cambio en las prioridades políticas de los gobernantes. La eficacia de las políticas de gobierno deben ser medidas en función de indicadores como el índice de desarrollo humano del PNUD, y menos vinculada a ideologías diseñadas para el ajuste de hace una década. La democracia debe ser eficaz por su capacidad de inclusión y cohesión sociales y no sólo por el logro de metas macroeconómicas, que en si mismas no deben ser un objetivo sino un medio para el desarrollo.

109 Touraine, Alain *¿Podemos vivir juntos?*. Fondo de Cultura Económica. México, 1997

Un tercer riesgo para la democracia en América Latina es el incremento de la corrupción pública y privada. Este fenómeno socava las bases de legitimación del sistema político y su clase dirigente. A ello debe sumarse la impunidad en los delitos que dejan sin sanción a delincuentes de cuello blanco, militares, y políticos de lustre. No debe permitirse de una vez por todas que la corrupción consentida sea un mecanismo de estabilidad política, con el cual el poder asegura lealtades y complicidades. Se requieren respuestas rápidas ante la corrupción. No sólo una legislación *ad hoc* o la pura aplicación de la ley, sino elevar la conciencia ciudadana para que la sociedad civil participe directamente en la lucha contra la corrupción.

Debe considerarse la corrupción como un obstáculo para el desarrollo y las inversiones. Como el factor destabilizador más peligroso para nuestros sistemas políticos. Y debe sancionarse la corrupción privada con la misma firmeza con la que se actúa frente a la corrupción pública. El binomio tecnocracia-empresarios debe ser auscultada con lupa. La transparencia en las ofertas públicas y transacciones privadas

Sin embargo, el 21 de abril en Perú fue presentado el informe sobre el desarrollo de la democracia en América Latina 2004, elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Se trata de un esfuerzo realizado por un equipo de especialistas que intenta medir el pulso a las democracias realmente existentes en nuestro continente y detectar y reflexionar sobre sus retos. La información abarca dieciocho naciones y por su puesto el lector interesado puede realizar comparaciones entre países. Habrá que ver qué calificación tiene México con respecto a los demás países de América.

Desde la óptica de algunos analistas la democracia en América Latina se ha expandido con velocidad en los últimos tiempos; -hace veinticinco años, de los dieciocho países incluidos en el Informe, sólo Colombia, Costa Rica y Venezuela eran democráticos. Hoy, el Informe considera que todo el universo de países estudiados (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela) lo es. Tal consideración puede ser el piso para evaluar el vigor de la aspiración y el movimiento democrático, pero también un buen punto de partida para acercarse a sus debilidades.

Dante Caputo, director del Informe señala que "no hay malestar con la democracia, pero hay malestar en la democracia". Y ese malestar por su puesto es expresión de la forma en que la democracia se reproduce y de los -frutos- escasos que en materia de mejoramiento de las condiciones materiales de vida acompañan a su expansión. Dichos señalamientos de Caputo subrayan que "existe el peligro en el ejercicio de explorar lo que falta, de obviar lo que tenemos", es decir, que al llamar la atención sobre los problemas, las lagunas, las asechanzas que gravitan sobre la democracia, olvidemos el significado profundo de haber dejado atrás "la larga noche de autoritarismo", "la historia de los medios, los asesinatos, las desapariciones, las torturas y el silencio aplastante de la falta de libertad. La historia donde unos pocos se apropiaron del derecho de interpretar y decidir el destino de los otros"¹¹⁰.

5.4 México, procesos democráticos

El espíritu democrático según Touraine, no se contenta con un dominio particular, el de la política y pretende extenderse a todos los aspectos de la vida social; por ello, el carácter democrático de una sociedad depende de la capacidad de manejar los problemas que van más allá de la separación o la superposición de las diversas esferas institucionales.

José Woldenberg, en *Después de la transición. Gobernabilidad, espacio público y derechos*; refiere que a lo largo de veinte años (1977-1996) "México fue capaz de construir un entramado legal e institucional para que la

¹¹⁰ Caputo, Dante. El estado de la democracia en América Latina. en Woldenberg, José. *Después de la transición. Gobernabilidad, espacio público y derechos*. Ediciones Cal y Arena, México 2006. pág. 20

pluralidad política se expresara, conviviera y compitiera de manera pacífica y ordenada"¹¹¹. El autor señala que se trató de un esfuerzo que conjugó los diagnósticos y aspiraciones de diferentes fuerzas políticas y fue capaz de encausar una transición hacia la democracia incluyendo y ofreciendo garantías a todos.

Dice Woldenberg, sus resultados están a la vista. Hemos pasado de un sistema de partido hegemónico a un auténtico sistema de partidos, de unas elecciones sin competencia y luego fuertemente impugnadas a unas elecciones competidas y legítimas, de un mundo de la representación política monocolor a otro plural¹¹². El presidente de la República, menciona Woldenberg, actualmente coexiste con gobernadores de tres o cuatro partidos diferentes y con un Congreso en el cual él y su partido no son la mayoría. Algo similar les sucede a muchos gobernadores. Conviven con presidentes municipales de dos, tres, cuatro, cinco y hasta seis partidos distintos, y en muchos casos, ellos y sus partidos no detentan la mayoría en sus respectivos congresos.

A lo que refiere el autor que los ciudadanos votando han forjado esa realidad y para lo cual fueron necesarias sucesivas reformas electorales (1977, 86, 89-90, 93, 94 y 96) que vinieron a ayudar a pavimentar la vía de la convivencia y la competencia electoral. Hoy, en México¹¹³ se sabe que la diversidad puede y debe convivir, que no existen corrientes políticas condenadas a la victoria y otras eternamente destinadas al ostracismo¹¹⁴. El clima de libertades ejercidas se han ensanchado y todos hemos ganado con ello. A pesar de que en la historia reitera Woldenberg, no existen estaciones terminales. Las nuevas realidades generan nuevos retos, y es menester afrontarlos.

La legislación aprobada electoral aprobada en 1996, dice el autor, dio buenos resultados. En tres procesos comiciales federales sucesivos¹¹⁵ hemos podido observar la imparcialidad de los órganos y procedimientos electorales, la mejora sustantiva en las condiciones de la competencia, la certeza en el desahogo de los diferendos, las posibilidades de crear nuevas opciones partidistas o coaliciones electorales y la capacidad de los electores para decidir cuáles refrendan su registro y cuáles lo pierden, la fórmula democrática, la fórmula democrática de gobierno para el Distrito Federal, y como resultado, la integración plural de nuestro congreso. De ahí hasta el año 2004 se observa que en el mes de marzo el Presidente de la República por un lado y los partidos Revolucionario Institucional, de la Revolución Democrática y Convergencia presentaron sus respectivas propuestas de reforma electoral –la reforma no prosperó–.

Sin embargo a pesar de que en los últimos años se han producido transformaciones sustantivas en el sistema de partidos y en el sistema electoral, la pregunta que surge es si el sistema de gobierno puede mantenerse intocado; y en donde el Estado mexicano ha sido colonizado por una pluralidad de partidos, todos ellos con diagnósticos, programas, iniciativas e intereses legítimos. Se trata de uno de los resultados, según Woldenberg, más vistosos y políticamente más significativos de la transición democrática.

Todo ello, dice el autor supone una mayor y mejor representación de la pluralidad política, la naturalización de la coexistencia de la diversidad, una mejor sintonía entre representados y representantes, pero sin duda genera problemas de gobernabilidad, es decir, dificulta la toma de decisiones, la implementación de programas, la puesta en marcha de reformas y la atención a las necesidades y reclamos sociales. Por lo que tenemos que asumir que la democracia¹¹⁶ porta su propia agenda de problemas. Y no será mirando hacia otra parte como podrán ser resueltos. No será buscando reducir el número de partidos elevando el porcentaje de votación para

111 Woldenberg, José. *Después de la transición. Gobernabilidad, espacio público y derechos*. Ediciones Cal y Arena, México 2006

112 Ibid pág. 23

113 Ibid pág. 24

114 Destierro, olvido, rechazo, etc.

115 Woldenberg, José. *Después de la transición. Gobernabilidad, espacio público y derechos*. Ediciones Cal y Arena, México 2006

116 Ibid pág. 25

refrendar el registro o volviendo a un sistema electoral uninominal, como se podrá exorcizar la presencia contradictoria de fuerzas políticas distintas en las instituciones del Estado.

La pluralidad en las instituciones del Estado llegó para quedarse. Es necesario, señala Woldenberg, entonces, construir un formato que permita y estimule la formación de una mayoría estable en el Congreso capaz de acompañar la gestión presidencial. Y si esa mayoría no surge de las urnas, resulta conveniente que las normas induzcan a las fuerzas políticas con representación en el congreso a edificar esa mayoría. "Si es en el pasado inmediato gobierno y partidos fueron capaces de abrirle cause al futuro, no veo por qué hoy no vean ese aliento"¹¹⁷.

5.4.1 Las reformas electorales de nuestro país

Eilo explica en buena medida la arraigada tradición que la reforma a la legislación electoral ha tenido en México, donde el derecho, lejos de ser valladar para le avance democrático, se ha aplicado como instrumento fundamental para el cambio político.

La reforma política de 1977¹¹⁸ que elevó a rango constitucional la regulación de los partidos políticos, concibiéndolos como entidades de interés público propuso los siguientes fines:

- a) Promover la participación del pueblo en la vida democrática
- b) Contribuir a la integración de la representación nacional
- c) Hacer posible el acceso a los ciudadanos al ejercicio del poder político

5.4.2 La transición mexicana

La transición política de México ha sido un largo y singular proceso de democratización. Los acontecimientos en la vida nacional han ido conformando un régimen plural y democrático en el que nuestro país ha experimentado la alternancia, el fortalecimiento y la autonomización de los poderes Legislativo y Judicial, así como cambios profundos en la distribución del poder político y reformas institucionales de gran envergadura.

Dicho por Becerra, Salazar y Woldenberg¹¹⁹, en el texto *La mecánica del cambio político en México*, la transición mexicana jamás ha prescindido de dos elementos: la celebración puntual de elecciones federales, locales y municipales, y la disposición y la concurrencia de los diferentes protagonistas a la negociación.

La correlación de fuerzas políticas ha manifestado recomposiciones relevantes tanto en los órganos de representación ciudadana en las legislaturas locales, como en la titularidad del Poder Ejecutivo de las entidades federativas. Por otra parte, el peso político de éstas ha ido ganando mayores espacios en los procesos de toma de decisiones dentro del Estado mexicano, dando así mayor vida al esquema federal.

Durante la pasada década se impulsaron importantes ajustes a instituciones que tienen una enorme importancia en el entramado político-institucional del gobierno como son la Suprema Corte de Justicia de la Nación, el ayuntamiento, el Instituto Federal Electoral y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Estas y otras transformaciones han fortalecido la operación de las instituciones y normas contenidas en la parte orgánica de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

El Poder Legislativo adquirió un perfil de mayor pluralidad política, el cual ha apoyado los procesos que han llevado a su fortalecimiento y desempeña un papel de particular relevancia en la definición de las líneas de política pública contenidas en las normas emanadas del Congreso y sus cámaras. La construcción de acuerdos en su seno resultantes de la convergencia de diversas fuerzas políticas, ha contribuido a la transición política que vive México.

El proceso de cambio se ha beneficiado de la intensa participación y el fortalecimiento de los partidos políticos, así como del éxito de sus esfuerzos por influir de manera efectiva en el rediseño del marco normativo que regula las vías electorales de acceso al poder público que ejerce el gobierno del Estado mexicano. El cambio institucional abrió gradualmente las puertas para la celebración de comicios equitativos y justos que dieron

¹¹⁷ Ibid pág. 26

¹¹⁸ Ibid pág. 75

¹¹⁹ Becerra, Salazar y Woldenberg. *La mecánica del cambio político en México*. Cal y Arena. México, 2000

pauta para la consolidación de un cambio legítimo de poder político. La transición política en México ha sido, en este sentido, una transición votada.

El proceso de transición a la democracia en México se ha distinguido por tres características¹²⁰. La primera es que a diferencia de muchos otros procesos de alternancia en el mundo, la transición en México se logró mediante el sufragio en las urnas, sin necesidad de establecer un nuevo pacto fundacional y sin que aconteciera un rompimiento del marco institucional vigente

La segunda es que con los procesos electorales del año 2000, se demostró la importancia de haber construido, a partir de numerosos procesos de negociación entre las fuerzas políticas, instituciones electorales imparciales y democráticas que permitieron que el poder se sometiera al veredicto ciudadano en las urnas y, aunque las condiciones de la competencia no fueron totalmente equitativas, se lograron comicios más limpios y transparentes que en el pasado. Finalmente, la transición mexicana arrojó un resultado de poder compartido que exige la convergencia, el establecimiento de acuerdos y la corresponsabilidad en la tarea de gobierno entre las diversas fuerzas políticas.

Hoy, la transición mexicana se caracteriza por una rica pluralidad política, patente en la pacífica convivencia y alternancia en el poder en todos los ámbitos de gobierno. El mapa político del país muestra una amplia diversidad de fuerzas e ideologías partidistas no sólo a lo largo del territorio nacional, sino dentro de los poderes Legislativo y Ejecutivo, tanto locales como federales. En la actualidad, ocho partidos interactúan y trabajan en el Congreso, bajo un esquema de responsabilidad compartida, y ninguna fuerza política puede reclamar para sí el monopolio del poder. México vive una situación de poder compartido tanto en el ámbito local como en el federal.

El mandato de la transición mexicana fue claro: la necesidad de construir convergencias. La diversidad política y social se manifiesta en la ausencia de consensos automáticos o impuestos por una sola fuerza política. La pluralidad obliga a la discusión respetuosa, a la negociación entre los distintos ámbitos y poderes de gobierno, entre los partidos y entre las diferentes fuerzas sociales. Más que nunca, con la participación de los diversos actores políticos y sociales, el gobierno debe construir las bases de una nueva gobernabilidad democrática que reconozca y dé cauce a las demandas e inquietudes de una sociedad más activa y comprometida.

Arturo Nuñez en su texto *La reforma electoral 1989-1990: una visión de la modernización de México* (1993), dice que nuestro país, al igual que el mundo, vive una etapa de profundas transformaciones en todos los órdenes de la vida nacional, que tienen en la reforma del Estado su eje articulador, en el contexto de un proyecto de modernización integral.

Para comprender este fenómeno habría que detenemos a explicar los antecedentes y las causas inmediatas que han provocado el fenómeno de la transición política en México; en primer término habría que explicar la enorme importancia que en la moderna democracia representativa tiene la libre emisión del voto universal, libre, secreto y directo, como expresión de la voluntad soberana del pueblo. De esta manera las normas que regulan la celebración de las elecciones constituyen elementos esenciales para la participación de los ciudadanos y de los partidos políticos en los procesos de integración de los órganos del poder público. Tal es la importancia de tales normas que incluso un autor de la talla intelectual de Norberto Bobbio, en una definición mínima sobre la democracia, sostiene que "se entiende por régimen democrático un conjunto de reglas procesales para la toma de decisiones colectivas en el que está prevista y propiciada la más amplia participación posible de los interesados"¹²¹.

120 Becerra, Salazar y Woldenberg. *La mecánica del cambio político en México*. Cal y Arena. México, 2000

121 Nuñez Jiménez, Arturo. *La reforma electoral 1989-1990. una visión de la modernización de México*. Fondo de Cultura Económica, México, 1993

De manera que, puede advertirse que la democracia, aun en su perspectiva más general, implica la existencia de una normatividad capaz de garantizar la vigencia de las libertades, los derechos y las obligaciones que fundamentan un modo de convivencia pacífico tolerante y civilizado.

Hoy en día no existe posibilidad alguna de separar el planteamiento democrático del derecho y, menos aún, de su correlato institucional: el Estado de derecho. Por ello se afirma que el Estado democrático es, necesariamente, Estado de derecho. Sólo a través de él son realizables los fines de la democracia en el contexto de la sociedad moderna.

Precisamente por ello el Estado de derecho, esto es el Estado que se subordina al derecho, entraña una concepción que responde simultáneamente a las exigencias de seguridad jurídica –de que haya certidumbre por la existencia de reglas claras para todos – y a todas las necesidades de la lucha política de carácter democrático –de que se garanticen, entre otros derechos, el del sufragio universal y el de asociación, los cuales permiten la participación de los individuos en la vida política, así como su agrupación para luchar correlativamente por el poder público o para insertar los fines de los grupos sociales en la acción del Estado.

Las reglas que integran la legalidad democrática son de las que diversos autores denominan reglas "constitutivas", porque producen comportamientos que sólo existen a la luz de la propia legislación que las contienen. Este es el caso de las reglas electorales.

Todos los actores que participan en un proceso electoral, sean ciudadanos, partidos políticos o autoridades, tienen que comportarse conforme lo ordena la ley correspondiente.

En el caso de México, de acuerdo con las bases constitucionales y legales adoptadas al respecto, las autoridades electorales son el Instituto Federal Electoral, el Tribunal Federal Electoral y los Colegios Electorales.

Para tener una idea de cómo se ha dado la transición en nuestro país en materia política trataré de hacer un acercamiento desde el marco del régimen de la Revolución Mexicana, el sistema electoral del país se han venido transformando vertiginosamente. Desde la primera ley electoral, emitida en 1918, hasta nuestros días mucho se ha avanzado para consolidar y perfeccionar las instituciones electorales, ajustándolas en cada etapa de nuestra evolución histórica conforme al grado del desarrollo político alcanzado. En tal sentido el legislador mexicano ha tomado plena conciencia de que la norma que pretende regir el fenómeno político debe ser prudente y dinámica. Ante un fenómeno de tal celeridad en su cambio, resulta difícil encontrar una norma legislada que lo regule con más o menos permanencia.

Las transiciones están delimitadas¹²², de un lado, por el inicio del proceso de disolución del régimen autoritario, y del otro, por el establecimiento de alguna forma de democracia, el retorno a algún tipo de régimen autoritario o el surgimiento de una alternativa revolucionaria. Lo característico de la transición es que en su transcurso las reglas del juego político no están definidas. No sólo se hallan en flujo permanente sino que, además, por lo general son objeto de una ardua contienda; los actores luchan no sólo por satisfacer sus intereses inmediatos y/o los de aquellos que dicen representar, sino también por definir las reglas y procedimientos cuya configuración determinará probablemente quiénes serán en el futuro los perdedores y los ganadores. En verdad, estas reglas emergentes definirán en gran medida los recursos que legítimamente pueden aplicarse en la arena política y los actores a los que se permitirá participar en ella.

Por otra parte, durante la transición, en la medida en que existen reglas y procedimientos efectivos, éstos suelen estar en manos de los gobernantes autoritarios. Estos gobernantes conservan un poder discrecional mayor o menor, según el caso y según la etapa en la que se halle la transición, sobre los ordenamientos jurídicos y los derechos que en una democracia estable pueden ser confiablemente protegidos por la Constitución y por diversas instituciones independientes. La señal típica de que se ha iniciado una transición es que estos

122 O'Donnell, Guillermo y Schmitter, Philippe. *Transiciones desde un gobierno autoritario*, vol.4. "Conclusiones tentativas sobre las democracias inciertas". Paidós México, 1986.

gobernantes autoritarios, por cualquier motivo, comienzan a modificar sus propias reglas con vistas a ofrecer mayores garantías para los derechos de los individuos y grupos.

5.4.3 Procesos Electorales

La definición de concepto de sistema electoral tiene que ver con la determinación de las reglas según las cuales los electores pueden expresar sus preferencias políticas y según las cuales es posible convertir votos en escaños parlamentarios (en caso de elecciones parlamentarias) o en cargos de gobierno (en caso de elecciones de presidente, gobernador, alcalde, etc.).

Este concepto además incluye las dimensiones relativas a circunscripciones, candidatura, votación, conversión de votos en escaños. Engloba, así mismo todos los elementos técnicos que permiten dar forma concreta a estas dimensiones e interrelacionarias para constituir un sistema electoral individual. El concepto se restringe efectivamente a los elementos técnicos y procedimentales que sirven para estructurar las preferencias políticas a través del voto y convertir estos votos en escaños parlamentarios o puestos ejecutivos.

Como señala Dieter Nohlen (1994), el proceso electoral es el fenómeno institucional más frecuente y reiterado de la política en los estados contemporáneos, en condiciones democráticas expresa la obligación y el compromiso periódico por parte del Estado para la renovación de los diferentes órganos que lo constituyen: el poder legislativo, el ejecutivo y el judicial. En los procesos electorales, el Estado construye y propicia todas las condiciones humanas, materiales, organizativas, y logísticas para la expresión de la pluralidad política organizada y el sufragio de los ciudadanos¹²³.

El proceso electoral es el fundamento más importante de la participación institucionalizada y es, por lo tanto, la forma de acción política a través de cuyo ejercicio teóricamente se universaliza la participación, es decir en el momento de la emisión del voto, cada ciudadano se encuentra en igualdad de condiciones frente a todos los demás ante la urna todos los ciudadanos se colocan en el mismo nivel político.

Puede decirse que los procesos electorales no se proponen de hecho tan solo "reflejar" la realidad social, reproduciendo sus divisiones y desigualdades. Tienen la finalidad de trascender esas desigualdades dando vida a eso a algo que llamamos ciudadanía. Con razón, Duverger¹²⁴ afirma que "en el proceso electoral la desventaja de las clases sociales más bajas disminuye en relación con otras formas de participación activa".

Sartori señala que la importancia del proceso electoral es "consecuencia de dos presupuestos de la teoría liberal: la distinción entre sociedad y estado y la afirmación del carácter delegado de la autoridad política".

Los sistemas electorales regulan el proceso mediante el establecimiento de la distribución de las circunscripciones, de la forma de la candidatura, de los procesos de votación y de los métodos de conversión de votos en escaños¹²⁵.

Con lo que se refiere a México y el sistema electoral vale la pena mencionar que:¹²⁶ se han destacado dos tendencias generales: por un lado, una apertura del sistema de partidos, desde una situación de partido único hacia un multipartidismo. Lentamente por varias reformas de la constitución y de la ley electoral, se han ido reconociendo legalmente distintos partidos políticos, que han podido, así, entrar en la contienda electoral. Incluso se les ha reconocido un espacio de representación garantizada a estos partidos, llamados partidos de oposición, que también ha ido ampliándose con el correr del tiempo.

123 Nohlen, Dieter. *Sistemas electorales y partidos políticos*. Fondo de Cultura Económica. México, 1994.

124 Duverger, M. *Instituciones Políticas*. Editorial Ariel. Barcelona, 1980 en González Ibarra, Juan de Dios. *Epistemología política del sistema electoral mexicano* Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco 1997

125 Nohlen, Dieter. *Sistemas electorales y partidos políticos* Fondo de Cultura Económica. México, 1994.

126 Ibid pág. 243

El sistema electoral mexicano ha sido reformado continuamente casi en cada sexenio presidencial. Desde los años setenta, atendiendo, por un lado, clamores por mayor democracia y adaptando, por otro lado la legislación electoral al momento político, como respuesta del partido en el poder a los retos de un pluralismo político creciente que había de ser controlado. Allí está la ambivalencia de las reformas electorales en México. El sistema electoral ha sido uno de los mecanismos de control integrador del sistema político mexicano

5.4.4 Elecciones, la importancia y su función

Las elecciones son el método a través del cual una comunidad, compleja y contradictoria, esta en capacidad de elegir a sus gobernantes y legisladores. Este método permite no solo la expresión y recreación de la diversidad política, sino su convivencia y competencia institucional, ordenada y pacífica. Pero las elecciones no son solo un evento, sino también un proceso.

En las elecciones se manifiestan las preferencias de los ciudadanos, y para que esto sea posible es necesario un proceso constituido por una serie de etapas. En el proceso electoral se concreta y concentran todos aquellos instrumentos que hacen posible la elección de gobernantes y legisladores en una nación. En él se manifiestan las opciones, las ideas, y la fuerza de los actores, partidos o agrupaciones, pero también y sobre todo en el proceso electoral donde se cristaliza la participación y la decisión de los ciudadanos.

Diether Nohlen señala que: las elecciones son una técnica para constituir cuerpos representativos y/o para delegar autoridad. El autor cita a Milbrath, 1972, p.154 para destacar la importancia del concepto y dejar en claro que "Las elecciones representan el método democrático para designar a los representantes del pueblo. Las elecciones -tal vez sean lo más aproximado al control del gobierno por el pueblo que se pueda alcanzar en la moderna sociedad industrializada de masas móviles-".

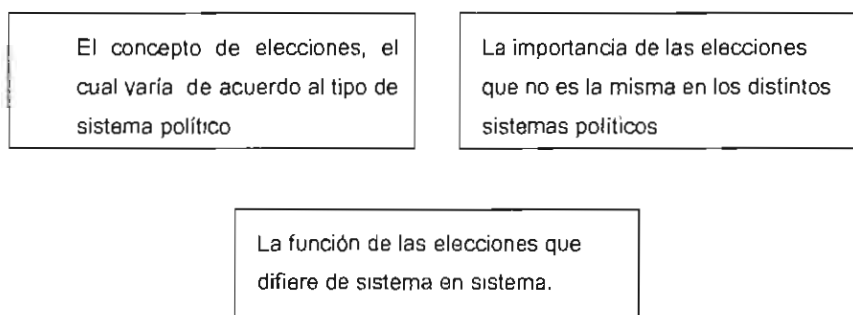
De manera que las elecciones pueden ser empleadas en lugar de otras técnicas, tales como:

- Designación de representantes por sucesión, por oficio o por nombramiento.

Sin tener en sí mismas contenido democrático alguno.

Con el fin de entender el contexto, debemos tener en cuenta que en todas las democracias occidentales se celebraron elecciones mucho antes de que se hubiera impuesto el sufragio universal; es decir, la utilización de elecciones como una técnica precedió el surgimiento de las democracias modernas.

Por eso, el hecho de que se celebren elecciones en sistemas políticos democráticos, autoritarios y totalitarios nos hace reflexionar sobre:



Clasificación de elecciones:

Elecciones competitivas	Elecciones no competitivas	Elecciones semi-competitivas
El votante tiene la posibilidad y la libertad de elegir entre al menos dos alternativas y así ejercer verdaderamente el sufragio -se presentan en sistemas democráticos.	Se le niega al votante la posibilidad y la libertad de elección -se presentan en sistemas autoritarios.	Existen restricciones de distinto tipo que limitan la posibilidad y la libertad de elección -se presentan en sistemas autoritarios.

Importancia y función de las elecciones:

La idea general de la importancia de las elecciones se refleja, aproximadamente según Dieter Nohlen señalando que las elecciones representan el método democrático para designar a los representantes del pueblo. Las elecciones "tal vez sean lo más aproximado al control del gobierno por el pueblo que se puede alcanzar en la moderna sociedad industrializada de masas móviles"¹²⁷.

En el siguiente cuadro podemos observar la importancia y función de las elecciones según las características y tipo de elecciones:

IMPORTANCIA Y FUNCIÓN DE LAS ELECCIONES			
	Elecciones competitivas	Elecciones semi-competitivas	Elecciones no competitivas
Importancia del proceso político	Grande	Reducida	Mínima
Posibilidad de elegir	Alta	Limitada	Anulada
Libertad de elegir	Garanizada	Limitada	Anulada
Posibilidad de cambiar el gobierno	Si	No	No
Legitimación del sistema político	Si	No se intenta Casi nunca	Casi nunca o nunca
Tipo de sistema político	Democrático	autoritario	Totalitario

5.5 Partidos políticos en México

Se les define en la Ley, como "asociaciones constituidas conforme a la ley, por ciudadanos mexicanos en pleno ejercicio de sus derechos cívicos para fines electorales y de orientación política" (Artículo 22).

De esta definición destaca el señalamiento de los fines específicos de los partidos políticos, resumidos en dos: los meramente electorales y los de orientación política. Por la tendencia general de la Ley cabe desprender que los segundos, o sea los programáticos, se encuentran en situación de prioridad con respecto a los primeros. Si formalmente ambos fines tienen igual significado¹²⁸, en la práctica política se puede afirmar que los fines programáticos rigen a los electorales, dado que sólo se justifica -en moderna técnica política- el desarrollo de actividades electorales, cuando con ellas se persigue la realización de un auténtico programa de contenido ideológico. Los hombres y las funciones al servicio de las ideas.

Un partido político se constituye por un grupo de hombres y mujeres que son ciudadanos en el pleno ejercicio de sus derechos cívicos y que legalmente se organizan en forma permanente, para representar a una parte de la

¹²⁷ Nohlen, Dieter. *Sistemas electorales y partidos políticos*. Fondo de Cultura Económica. México, 1994.

¹²⁸ Reyes Heróles, Jesús. *Obras Completas Política II*. Fondo de Cultura Económica.

comunidad social con el propósito de elaborar y ejecutar una plataforma política y un programa nacional con un equipo gubernamental¹²⁹.

Coleman y Rosberg señalan que los partidos políticos son "asociaciones formalmente organizadas con el propósito explícito y declarado de adquirir o mantener un control legal, ya sea solos, o en coalición o en competencia electoral con otras organizaciones similares, sobre el personal y la política del gobierno de un determinado estado soberano"¹³⁰.

Una definición más, para Almond y Powell "el partido político debe ser considerado como la estructura especializada de integración (de intereses) en las sociedades modernas"¹³¹.

Hoy en día los partidos políticos son una institución fundamental en todos los regímenes –incluso en los caracterizados como "no democráticos"–, pues son un ingrediente básico en la configuración del Estado, hasta el punto de que se habla de Estados de Partidos, tanto de partido único como de pluralismo en la existencia de partidos políticos.

En cuanto a los "Sistemas de partidos", la postura que se ha asumido en México para encontrarse con un sistema de partidos congruente con las necesidades de la sociedad mexicana y con la evolución del país, se ha encontrado con todo tipo de limitaciones legales y extralegales para impedir el despliegue de las fuerzas políticas, pues el pluralismo social arribó lentamente a la arena política. El desarrollo del PAN, por ejemplo y de la izquierda no ha sido sólo producto de la crisis de los ochenta o de las capacidades partidarias demostradas: es resultado también de la larga gestación y consolidación de un pluralismo localizado en los centros urbanos del país, actualmente mayoritario en el conjunto nacional. "Este pluralismo se ha ido transformando en pluripartidismo al ser cada vez más fuerte la presencia de las formaciones políticas partidarias. También significa que las diferencias ideológicas y culturales se están naturalizando y extendiendo en la sociedad mexicana"¹³².

Así se genera como consecuencia que el sistema de partidos empezara a gravitar en mayor medida en el conjunto del sistema político; ante el presidencialismo y el corporativismo, pilares tradicionales de la vida política mexicana, el sistema partidario tiene ahora un nuevo perfil. Sin embargo, éste no está claramente definido, ni se vislumbra ahora su alcance. Lo que sí parece obvio es que está a cumplir una función relevante en los próximos años, sobre todo por estar presente en las contradicciones más agudas de la lucha política nacional y prácticamente en todas las entidades federativas del país.

La importancia que adquiere el sistema partidario lleva implícita la transformación de las fuerzas políticas; nuevas eventualidades tendrán que corresponderse con la aparición de nuevas formas de hacer política, de frente a una cultura política diferente; expresiones, comportamientos, alianzas que demuestren capacidad para cambiar en aras de representar con mayor nitidez el pluralismo. Los cambios observados en los partidos los últimos años, en su intensidad ideológica, en su definición estratégica y en su composición orgánica, prefiguran la consolidación del sistema de partidos.

A lo largo de 20 años (1977 – 1996) México centro buena parte de sus esfuerzos en dotarse de unas normas y unas instituciones que hicieran posible que la vía electoral fuera un campo abierto en el cual compitieran y convivieran las principales fuerzas políticas del país¹³³.

129 Serra Rojas, Andrés. *Teoría General del Estado*. Editorial Porrúa. México, 1964

130 Dowds y Hughes, *Sociología Política*. Editorial Alianza. Madrid, 1975

131 Almond y Powell. *Comparative Politics*. Brown And Company. Boston Little. 1966

132 Reyes del Campillo, Juan. *Modernización política en México: elecciones, partidos y representación*. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco 1996

133 Woldenberg, José. *Después de la transición. Gobernabilidad, espacio público y derechos*. Ediciones Cal y Arena. México 2006. pág. 15

A partir de 1966 el régimen de partido se ajustó a las diversas reformas electorales, como ya hemos mencionado en otro apartado de este capítulo, lo cual ha generado que se tomen en cuenta aspectos de relevancia para integrar nuevos marcos legales y de organización interna para los partidos.

Los partidos también tienen la prerrogativa de acceso permanente a la radio y la televisión; el tiempo destinado para cada uno de ellos es proporcional a la cantidad de votos que hayan obtenido en la última contienda electoral.

A continuación se menciona una breve semblanza de los partidos que se encuentran con mayor representatividad en nuestro país. Además de tales partidos surgen las páginas electrónicas web de cada uno de sus candidatos; dichas páginas nos permiten la pauta de análisis y observación en el presente reporte de investigación.



En 1926, Manuel Gómez Morín, fundó el Partido Acción Nacional. Gómez Morín consideraba que lo más urgente era crear conciencia en la ciudadana, para que percibiera los problemas que tenía el país, y despertar el deseo de participar en su solución; de esta manera organizó a un grupo de jóvenes en el umbral de la vida pública, que pensaron en la necesidad de realizar acciones unificadas por el bien del país, propagando esta inquietud por toda la república. En febrero de 1939, se constituyó un Comité Organizador que recomendó el país, uniendo voluntades para iniciar la formación del partido.

Del 14 al 17 de septiembre de ese mismo año, reunida la Asamblea Constituyente de Acción Nacional en el local del Frontón México, se adoptaron los principios de doctrina y los estatutos de lo que hoy es nuestro partido.

A diferencia de otros partidos, Acción Nacional nace de la sociedad y para la sociedad. En los artículos 1ro. y 2do. de su acta constitutiva, se señala que: la asociación civil y el partido político, se denominan "Acción Nacional" y, tienen como objeto de su existir la actividad cívica organizada y permanente; la intervención activa en todos los aspectos de la vida pública de México, para lograr el reconocimiento del interés nacional sobre cualquier interés parcial; el reconocimiento de la eminente dignidad de la persona humana, y la subordinación de cualquier actividad individual o del Estado a la realización del Bien Común¹³⁴.



Bajo el régimen de Porfirio Díaz (1877-1911) México había logrado altas tasas de crecimiento económico, pero ello a costa de un inequitativo reparto de la riqueza y de una creciente dependencia hacia el exterior.

La caída de Díaz fue originada por un enfrentamiento armado, la Revolución Mexicana, que culminó con la promulgación de la Constitución de 1917, la más avanzada en su tiempo, pues fue la primera del mundo en incorporar disposiciones de contenido social. México no tenía un camino hecho para cumplir con su destino democrático. Había que diseñar las instituciones que le dieran sustento; transitar, paso a paso, sobre vías propias y adecuadas a nuestras condiciones, e imaginar los nuevos derroteros después de cada conquista.

El PNR surge en 1929 como un partido de partidos, de convocatoria amplia, institución donde convergen fuerzas políticas afines pero distintas.

134 Página web del PAN www.pan.org.mx

El PNR sería la institución más poderosa para la competencia política; fue entonces el lugar para diseñar los primeros acuerdos y prácticas en la lucha por el poder público; el medio que llevó a la realización de relevos de gobiernos por medio de elecciones y en condiciones de estabilidad.

La estabilidad de entonces iba de la mano con el predominio del PRI (que había sustituido al PRM en 1946); lo uno sin lo otro resulta difícil de imaginar, pero más que ello -en sí mismo no poco- la contribución del Partido estuvo en mirar siempre hacia una mejor democracia, aún cuando esa posición conduciría a elevar las exigencias que él mismo enfrentaba para la preservación y conquista de los espacios de poder público.

Con el PRI se realizaría una transformación de gran profundidad, al dejar atrás la tradición de los gobiernos presididos por militares, para ambar a los de carácter civil, en un proceso sin fracturas ni enfrentamientos¹³⁵.



El Partido de la Revolución Democrática se constituyó de manera formal el 5 de mayo de 1989. Su antecedente inmediato es el Frente Democrático Nacional, el frente electoral creado para las elecciones del 6 de julio de 1988 -origen y nacimiento del PRD-, y que postuló como candidato a la presidencia de la República al Ing. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano. Esta fecha recuerda la gran movilización social, civil y política que se desarrolló a escala nacional en contra del fraude electoral orquestado por el gobierno de Miguel de la Madrid (1982-1988), así como al impulso de un movimiento democrático, plural, amplio, que fortaleció la lucha convergente por las transformaciones urgentes de carácter económico, político, social y cultural en México¹³⁶.

5.5 El proceso electoral de 2006 en México

Puesto que el objeto de estudio se desprende del contexto del Proceso Electoral Federal de 2006 en México, aquí se presenta un breve bosquejo sobre lo sucedido en dicho proceso.

Citando a José Buendía¹³⁷, el 2 julio de 2006, día de los comicios, uno de cada 8 mexicanos decidió el sentido de su voto hasta el momento en el que tuvo las boletas en sus manos. Llegando a su término una de las campañas más prolongadas, agresivas y competidas en la historia electoral del país; pues en el ánimo de los electores estaba el deseo de una jornada tranquila, pacífica y con la madurez ciudadana como la que había permitido que en 1997 el PRI perdiera el control de la Ciudad de México; como la que en 2000 abrió la alternancia en la Presidencia de la República, y como la que en los comicios intermedios de 2003 refrendó la pluralidad en los órganos de representación popular.

Así fue en términos generales y los comicios transcurrieron sin mayores incidentes, como una afluencia de ciudadanos de más del 50% del padrón, participación semejante a la registrada seis años atrás (en 2000) y nada desdeñable respecto de la que registran democracias consolidadas.

¹³⁵ Página oficial del PRI www.pri.org.mx

¹³⁶ Página oficial del PRD www.cen-prd.org.mx

¹³⁷ Investigador Universidad Iberoamericana en Varos autores con prólogo de Mauricio Menno. *Elecciones Inéditas 2006. La democracia a prueba*. Editorial Norma. México, 2006.

5.5.1 El contexto

El planteamiento de José Woldenberg en referencia a las elecciones federales de 2006¹³⁸ señala que se proyectan dos sombras mayúsculas: a) las posibilidad de que a ellas no concurren de manera íntegra todas las fuerzas políticas, con lo cual se les restaría legitimidad, y b) que el resultado en las urnas vuelva a conformar un gobierno sin apoyo mayoritario en el Congreso, reeditando los problemas para una gestión gubernamental eficiente.

Menciona el autor las elecciones tienen un sentido cabal si en ellas compiten todas las fuerzas políticas significativas de una comunidad encabezadas por aquellos candidatos que ellas mismas hayan decidido. Lo cual resulta pertinente, pues si en los últimos años en el país se ha logrado lo arriba mencionado, existe la posibilidad de que se fracture en los próximos comicios. Y de hecho como refiere Woldenberg no ha sido fácil alcanzar la adhesión de casi todas las corrientes políticas al formato democrático, no fue sencillo el proceso de inclusión de la diversidad en el marco institucional. Pues como ya sabemos fueron dos reformas sucesivas las que lograron legitimar como la única forma de acceso al poder y reconocida por todos a la vía electoral.

De manera que con ello se alcanzó lo que muchos creían o querían imposible: la coexistencia pacífica de la pluralidad en la vida social y en la política, en las calles y en las instituciones del Estado. Por su puesto que esa convivencia está marcada de tensiones y desencuentros, pero sin duda es superior al hoy imposible formato de unanimidades impuestas construido sobre la exclusión de parte de la sociedad.

Las elecciones de 2006¹³⁹ deben ser otro eslabón importante en el fortalecimiento de la democracia en nuestro país, las elecciones solo pueden ofrecer todas sus potencialidades democráticas si a ellas concurren, sin exclusiones, las ofertas fundamentales con las que se identifica una sociedad.

5.5.2 La jornada electoral

La jornada electoral fue una muestra del arraigo que tiene la democracia en la cultura política nacional y del divorcio que hay entre los ciudadanos y sus elites políticas. Los ciudadanos salieron a votar en un número apreciable (57%) y lo hicieron en paz. Salvo los incidentes ocurridos en Oaxaca, ésta fue la nota dominante en todas las crónicas periodísticas del 3 de Julio –refiere Leonardo Curzio-. Las encuestas que pronosticaron una votación cerrada demostraron que eran ciertas y las fuerzas políticas, lejos de demostrar humildad frente a la voluntad ciudadana, exhibieron una arrogancia digna de mejor causa. Es verdad que las campañas habían sido especialmente desgastantes y el ánimo de confrontación estuvo durante meses a flor de piel, pero no era fácil pronosticar el aquel momento el curso que tomarían los acontecimientos en los siguientes días hasta llegar a unos niveles de discordia política que no se registraban en muchos años.

En algunos sectores de la sociedad se asentó la idea de que el proceso electoral (en el que muchos daban por seguro triunfador a Andrés Manuel López Obrador) zanjaría definitivamente el problema. De hecho, los puntos más relevantes en las crónicas periodísticas de aquella tarde del 2 de Julio giraban en torno a las largas filas de espera en las mesas receptoras de votos y la coincidencia de todos los actores en el civismo exhibido por los mexicanos en esa fiesta de la democracia. Creíamos, señala Leonardo Curzio que nos acercábamos al cierre de un proceso electoral muy crispado. Fue, sin embargo una esperanza vana, mejor aún, un cálculo voluntarista. La guerra política estaba lejos de terminar. En realidad, a lo largo de toda la jornada tuvimos presagios de lo que iba a ocurrir. A diferencia de lo acontecido en año 2000, cuando desde primeras horas de la tarde las encuestas de salida ya perfilaban a Vicente Fox como el ganador de las elecciones, en ésta oportunidad, todas las encuestas de salida que se fueron dando a conocer durante la tarde, hacían imposible afirmar categóricamente quién ocuparía el primer lugar.

¹³⁸ Woldenberg, José. *Para entender los partidos políticos y las elecciones de los Estados Unidos Mexicanos*. Nostra Ediciones México, 2006 pág. 213

¹³⁹ Ibid pág. 214

En ese contexto de incertidumbre se esperaba, por la importancia de la muestra, que el "conteo rápido" ordenado por el Instituto Federal Electoral despejara la incógnita y permitiera a la autoridad electoral dar a conocer el nombre del candidato que iba a la cabeza y una cifra. Pero aquella noche no hubo ni nombre, ni cifra. Luis Carlos Ugalde, al filo de las 11:00 P.M., informaba a la expectante Nación lo siguiente:

Después de haber recibido y analizado un total de 7281 casillas que representan el 95.12% de la muestra prevista para estimar los porcentajes de la votación emitida a favor de las diferentes fuerzas políticas y tomando en cuenta que:

- 1.- La fracción de la muestra disponible es suficiente para producir las estimaciones con los niveles de precisión y confianza mínimos.*
- 2.- Se ha recibido información de 300 distritos cuya distribución geográfica refleja las características nacionales.*
- 3.- Se han estimado los porcentajes de votación emitida a favor de las diferentes fuerzas políticas.*
- 4.- Los márgenes de error estadísticos calculados no permiten distinguir claramente la fuerza política que haya obtenido el mayor porcentaje de votación emitida.*

El Comité Técnico Asesor ha informado que no es posible determinar, dentro de los márgenes científicos establecidos para el conteo rápido, al partido o coalición que haya obtenido el mayor porcentaje de la votación emitida. En otras palabras, el margen de diferencia entre el primero y el segundo lugares es muy estrecho y, por lo tanto, no es posible anunciar en este momento a un candidato ganador.

Ante tal incertidumbre los candidatos del PRD y del PAN decidieron saltarse la autoridad del IFE y declararse "ganadores de la contienda", ambos en términos muy respetuosos, pero igual de irreverentes.

Hacia la media noche la incertidumbre sobre el resultado verdadero era una constante, pero una certeza arraigaba en la cabeza de millones de mexicanos: los dos candidatos habían decidido que en su lucha por el poder no tendrían consideraciones institucionales. Los pasaron por encima del IFE y demostraron que el final todavía estaba muy lejos. Después de haber azuzado el odio y la polarización en la sociedad los candidatos del PRD y el PAN demostraron que su principal preocupación (por no decir la única) era ganar el poder a cualquier costo.

Mientras la autoridad electoral se declaraba incapacitada para determinar quien encabeza las preferencias populares, los candidatos afilaban sus sables. Cada cual a su manera, los dos punteros se encargaron de abrir las compuertas de la suspicacia sobre la transparencia en el manejo de las cifras electorales en un país donde pervive una larga subcultura del fraude electoral.

El sistema electoral, pese a todos los titubeos en la comunicación de las particularidades del PREP, funcionó de manera razonable y los ciudadanos pudimos pulsar minuto a minuto, según Curzio, el avance del programa de resultados preliminares. Pero los candidatos se encargaron de echar todo por tierra, de enlodar, por su nerviosismo e impericia, un proceso que en principio debió resultar aceptable para todos los participantes.

A pesar de todo ello y en términos formales no había, en definitiva, ninguna razón previa para suponer que las elecciones iban a transitar por una etapa posterior tan complicada y con tantas objeciones sobre su integridad. En la pista política se tomaron algunas precauciones. Los partidos políticos, por ejemplo, habían firmado el 13 de junio de 2006 un documento que tenía el pomposo nombre de "Acuerdo democrático por la equidad, la legalidad y la gobernabilidad" y tenía como objetivo central mandar un mensaje de serenidad a la sociedad al comprometerse los firmantes a respetar el resultado del proceso electoral.

Sin embargo, ya para después del 2 de julio y de la incertidumbre sobre los resultados, ya se estaba viviendo la etapa del conflicto postelectoral. La cual tiene que ver principalmente con la dificultad para despejar dudas que surgieron en una elección tan cerrada y por el cálculo político de los partidos involucrados y de quienes estaban cerca del proceso.

Independientemente de que se pueden generar dudas, suspicacias e inconsistencias en cualquier proceso electoral, si existe un patrón de comportamiento fraudulento y además algunos de los actores que con mayor rapidez lo detectan son los observadores electorales. En el caso del proceso electoral del 2 de julio en nuestro país, se pudo detectar la presencia de veintiséis organizaciones de la sociedad civil, dichas organizaciones se dedicaron a monitorear todo el proceso electoral y aunque los partidos y candidatos no han tomado muy en serio su trabajo, vale la pena consultar los informes que las organizaciones de observadores remitieron al PNUD para formarse una opinión cabal de lo sucedido en el proceso y de manera muy especial en la jornada electoral.

La presencia de organizaciones extranjeras también se dejó ver con 693 observadores procedentes de 60 países; la organización que tuvo mayor representación e importancia fue la Misión de observadores de la Unión Europea. En efecto, cerca de 80 observadores de 21 países europeos fueron desplegados en todo el país. La primera declaración de la Misión europea tras la celebración de los comicios fue muy reveladora¹⁴⁰:

La elección presidencial y parlamentaria del 2 de julio de 2006 se desarrolló en un ambiente transparente y competitivo, mostrando un compromiso firme de los mexicanos con la causa del fortalecimiento y consolidación de la democracia. Tanto el conjunto de las fuerzas políticas, así como manifestaron a esta Misión, como una gran parte de los ciudadanos, depositaron su confianza en las autoridades electorales, quienes fueron responsables de la organización de un proceso electoral caracterizado por altas dosis de apertura, imparcialidad y profesionalismo.

Un aspecto positivo fue la presencia en gran parte de las casillas visitadas de representantes de los principales partidos políticos, así como observadores en un 30% de ellas. La Misión no recibió denuncias de parte de ciudadanos, partidos políticos u observadores, aunque muchos electores y representantes de partidos se quejaron sobre el retraso en la votación. "La Misión quiere recordar los términos del compromiso asumido por los partidos políticos en el Acuerdo Democrático por la Equidad, la Legalidad y la Gobernabilidad, firmado el 13 de junio pasado, en el que se comprometen a reconocer al IFE y al Tribunal Electoral como únicas autoridades competentes para conducir el proceso electoral y resolver posibles disputas, además de aceptar los resultados de la elección, legalmente acreditados y sustentados en la voluntad ciudadana"¹⁴¹.

También existió dentro del ámbito académico las aportaciones de investigadores como Javier Aparicio¹⁴², y los de elaboración estadística de otros investigadores como Eduardo Ragazol¹⁴³. Ambos demostraron que no existen condiciones, a partir de las cifras electorales disponibles, para suponer que hubo comportamientos irregulares a favor de un candidato. Los investigadores hicieron simulaciones y trabajaron con diferentes muestras y su conclusión global es que los errores detectados en el conteo de las casillas no se podían asimilar a un ánimo fraudulento sistemático.

Existen otros trabajos donde se habla de los errores electorales que tanta controversia y suspicacia han generado entre la sociedad. El trabajo de Pliego señala que "de acuerdo con las cifras oficiales proporcionadas por el PREP y el Cómputo Distrital. Los diferentes errores que cometieron las mesas directivas de las casillas se distribuyeron aleatoriamente en todo el país, sin perjudicar ni beneficiar a cualquiera de los dos candidatos punteros. Además se publicaron ensayos y artículos de muy diversa índole, calidad y profundidad para intentar responder a la pregunta que corrió a una parte apreciable del cuerpo social.

Los expertos que evaluaron el sistema electoral en mayo de 2006 anotaban ya la tensión que la intervención del Presidente en el proceso electoral podría generar. De forma clarividente, los expertos asentaron en su informe: "El apoyo del Presidente de la República a uno de los candidatos enturbia, sin lugar a dudas, la campaña electoral y podría ser aprovechado para cuestionar la legitimidad del resultado de las elecciones presidenciales

140 Buendía, José; Curzio, Lorenzo y otros. *Elecciones Inéditas 2006. La democracia a prueba*. Editorial Norma, México, 2006.

141 www.eueomexico.org

142 Trabajos publicados en www.cide.edu/investigadores

143 Trabajos publicados en www.enfoquenoticias.com.mx

en una situación de resultados muy cerrados". Los magistrados de la sala superior analizaron múltiples manifestaciones presidenciales (incluida una entrevista realizada por el autor de estas líneas, Leonardo Curzio, al jefe de Estado) y finalmente concluyeron que las intervenciones presidenciales fueron el mayor riesgo para declarar inválida la elección. Este punto debería no solamente retomarse en la agenda de reformas pendientes sino reglamentarse taxativamente para procesos futuros. Después de una serie de interpelados ante distintas instancias el Tribunal decidió finalmente que Felipe Calderón Hinojosa ganó la elección con 14,916,927 votos frente a 14,683,096 de AMLO.

Los medios de comunicación jugaron un papel importante en el proceso electoral. Desde el 1 de julio de 2005, el IFE viene realizando un monitoreo de noticieros para inducir a la equidad en el trato noticioso que reciben los partidos y candidatos durante las campañas electorales. Los monitoreos del presente año cubren 206 noticieros de radio y 123 noticieros de televisión en 35 plazas. Todo lo anterior representa más del 90% de la audiencia total. Desde el 19 de enero de 2006, el IFE también monitorea unos 32 programas adicionales, de los cuales 15 son de radio y 17 de televisión. El IFE además ha iniciado un monitoreo de contratación de tiempos por los partidos políticos y publica las tarifas y los contratos celebrados con las televisoras y radiodifusoras. También con el fin de promover la equidad en el trato a los partidos políticos por los medios de comunicación, el IFE ha prohibido las bonificaciones que algunas televisoras y radiodifusoras otorgaban a varios partidos políticos en elecciones pasadas.

Cabe señalar que los partidos requieren estar presentes en los medios de comunicación, pues, ha señalado Raúl Trejo, "no hay política de masas"¹⁴⁴; en época de elecciones –pero no sólo en ella-, partido o candidato que esté fuera de las ondas de la radio o de la pantalla televisiva, acaba predicando en el desierto.

Legalmente se establece que durante el tiempo oficial de las campañas, los partidos, y sólo ellos, tienen plena libertad para contratar tiempos y espacios en los medios de comunicación electrónica con la única restricción de no superar los toques de gasto. Por cierto los gastos en los medios de comunicación son el gran destino del costo de las campañas¹⁴⁵. De esta manera en julio de 2006, México llegó a su cita con las primeras elecciones presidenciales después de la alternancia en el Poder Ejecutivo, en medio de una de las campañas electorales más competidas de su historia, con opciones políticas diferenciadas y un sistema de partidos plural, según mandan los cánones de la democracia.

Llegó también en una situación en la que una de las fuerzas políticas mayoristas vivía, especialmente en los últimos dos años, con la creencia de que pesaba sobre ella la amenaza de la exclusión y de que no le permitirían llegar a la Presidencia de la República aunque ganara la elección. El avance de la pluralidad y garantía de que ningún poder tendría la prerrogativa de decidir los actores de la contienda, se convirtió en uno de los acuerdos básicos que permitieron la transición democrática mexicana. El avance de la diversidad, tanto en los espacios de representación popular como en los medios de comunicación, favoreció en las últimas dos décadas el avance de la democracia. Así, aunque las condiciones generales de la contienda no eran diferentes a las que existieron en los últimos procesos electorales, la idea promovida por el PRD de que las instituciones eran vulnerables a la acción de la política más allá del marco legal logró permean en franjas importantes del electorado y ello agudizó la polarización social que marcó las campañas.

Tal mensaje encontró un terreno fértil en la larga historia de manipulación electoral y en la tradicional desconfianza de los mexicanos hacia las instituciones. Aunque las condiciones generales para la emisión del voto libre prevalecían en los comicios de 2006, la falta de confianza en que las "reglas de juego" democrático descansan en el gobierno de las leyes, puso en riesgo el funcionamiento del proceso y condujo a una crisis postelectoral.

144 Trejo, Raúl. *Mediocracia sin mediaciones*. Cai y Arena. México, 2001.

145 \$1,119,344,967 gasto en propaganda reportado por los partidos al IFE durante la campaña presidencial de 2006.

5.5.3 Los candidatos

Conoceremos en esta parte del capítulo quienes son los candidatos, un poco de su vida y trayectoria política, pues de ellos son las páginas electrónicas que hemos empezado a observar y de quienes se desprende el análisis del siguiente capítulo.

- Andrés Manuel López Obrador

Andrés Manuel López Obrador nace en Tepetitán, municipio de Macuspana, Tabasco, en 1953, es Licenciado en Ciencias Políticas y Administración Pública por la Universidad Nacional Autónoma de México, en 1976 inicia su carrera política cuando apoya la candidatura del poeta tabasqueño Carlos Pellicer para Senador por el estado de Tabasco. En 1988 se une a la Corriente Democrática que encabezan, entre otros, Cuauhtémoc Cárdenas y Porfirio Muñoz Ledo.

Al crearse en 1989 el Partido de la Revolución Democrática (PRD), es nombrado presidente de este instituto político en Tabasco. En 1996 ocupa la presidencia del partido a nivel nacional, durante su gestión, el PRD obtiene los mayores logros electorales y la mayor presencia nacional que ese partido político ha tenido desde su fundación en 1989. De ahí que se destaque el periodo de López Obrador como dirigente partidista, pues en las elecciones de 1997, el PRD se coloca como segunda fuerza en la Cámara de Diputados. El 29 de marzo de 2000 obtiene su registro ante el Instituto Electoral del Distrito Federal como candidato a Jefe de Gobierno del Distrito Federal y el 2 de julio gana las elecciones con 37.5 por ciento de los votos emitidos, que significa 4 por ciento más que el candidato del PAN, colocando al PRI en un alejado tercer lugar con 22.8 por ciento.

Su labor adquiere pronto notoriedad, trasciende lo local y trastoca lo nacional e internacional por su forma sui géneris de gobernar: Trabaja diariamente desde las seis de la mañana, como ningún otro gobernante, enarbola la defensa del pueblo ante intereses creados y el abuso de poder, practica una austeridad republicana en lo personal y en el ejercicio de gobierno y habla y actúa con sencillez. Marca un hito en materia de comunicación social, al convertirse en el primer personaje público de México —y quizá de mundo— que ofrece todos los días, poco después de las seis de la mañana, una conferencia de prensa a la que asisten reporteros de los medios escritos, electrónicos y de agencias de noticias, todos ellos de cobertura nacional y, a medida en que avanza su gestión, llama la atención de los medios del interior del país e internacionales.

En promedio asistieron 35 representantes de medios de comunicación, a quienes ofreció más de mil 500 ruedas de prensa matutinas. Al escrutinio público diario de sus actividades se suma su remarcada decisión de someterse permanentemente a la rendición de cuentas y por ello informa sobre sus actividades de manera trimestral, independientemente del informe que por ley ofreció cada año ante la Asamblea Legislativa del Distrito Federal.

Durante su mandato, el Gobierno del Distrito Federal se convierte en la primera administración pública del país, incluido el gobierno federal, en dar pasos firmes en términos de transparencia, pues aún antes de que se aprobara en la ciudad una ley en la materia publica en internet la nómina y las declaraciones patrimoniales de los altos servidores públicos, empezando por el Jefe de Gobierno.

Acerca de las críticas que lo señalan como populista, siempre responde que se trata de un viejo truco donde se le llama fomento a los privilegios que se procuran para los poderosos y adinerados, mientras se tilda de populismo a los beneficios que se entregan a los más desprotegidos. Es por esto que, pese a las críticas infundadas, refrenda su ideal con la frase: "Por el bien de todos, primero los pobres".

Más aún, sus ideales y principios reflejados en hecho concretos en el Distrito Federal lo ubican desde los primeros años de su gestión con una alta aceptación de la gente, que alcanza niveles superiores a 80 por ciento de aprobación, al tiempo que se ubica a la cabeza de las preferencias rumbo a las elecciones de 2006 para

Presidente de la República, donde llega a situarse hasta alrededor de 15 puntos por arriba de su más cercano contendiente y, en un hecho inusitado, cuatro de cada diez personas apartidistas afirman que votarían por él¹⁴⁶.

- Felipe Calderón Hinojosa

Nació en Morelia, Michoacán, el 18 de agosto de 1962. Realizó sus estudios elementales y de bachillerato en colegios educativos católicos en su ciudad natal, y se graduó como abogado en derecho, por la Escuela Libre de Derecho, en la ciudad de México.

Desde muy joven, su carrera política ha estado asociada con el Partido Acción Nacional, ya que su padre, Luis Calderón Vega, fue uno de sus fundadores y una figura política destacada en la historia del partido tanto en Michoacán como a nivel nacional, llegando a desempeñar, entre otros cargos, el de diputado federal. Siguiendo el ejemplo de su padre, ingresa en las filas del PAN y permanece en él a pesar de que, en 1981, Luis Calderón renuncia a su militancia partidaria por considerar que el partido se desvió de sus principios y objetivos fundadores.

En 1988, resulta electo diputado a la Asamblea Legislativa del Distrito Federal y, al concluir su periodo, es postulado como diputado federal. Fue legislador federal por primera ocasión en el periodo 1991-1993.

En 1991, fue secretario del sector juvenil de su partido y, posteriormente, secretario de Estudios. En 1993, su carrera experimentó un importante ascenso al ser nombrado secretario general del Comité Ejecutivo Nacional del PAN, por el entonces presidente Carlos Castillo Peraza, quien fue su mentor político.

En 1995, es candidato a gobernador del estado de Michoacán. Pierde la elección pero logra elevar sustancialmente la votación a favor del PAN. Un año más tarde, se postula como candidato a la presidencia nacional del PAN, compitiendo por el cargo con Ernesto Rufo. Calderón resultó triunfante y ocupó el cargo de 1996 a 1999. En ese periodo el PAN ganó varias gubernaturas.

Desde la presidencia del PAN, sostuvo reiteradamente que su partido podía ganar las elecciones presidenciales. En 1999, el entonces gobernador de Guanajuato, Vicente Fox, anuncia con anticipación a los procedimientos del PAN, que buscará ser candidato del PAN a la presidencia de la República.

Al concluir su periodo, Calderón se va a estudiar una maestría en Políticas Públicas en la Universidad de Harvard, además de la que ya había realizado en cuestiones económicas, en el Instituto Tecnológico Autónomo de México.

Aunque no participó de lleno en la campaña presidencial de Vicente Fox, es invitado por los dirigentes de su partido a ser candidato a diputado federal plurinominal, en las elecciones del año 2000. Al triunfo de Fox, Calderón se convierte en coordinador en jefe de los diputados federales del PAN. En los años 2001 y 2002, Calderón fue un factor importante para que la Cámara de Diputados aprobara por unanimidad los presupuestos de Egresos del gobierno de Fox. Igualmente, fue quien condujo las negociaciones legislativas en torno a la iniciativa de Ley de Acceso a la Información, presentada por el gobierno de Fox, la que fue aprobada por el Congreso.

En el año 2003, ingresó en el gobierno federal como director del Banco Nacional de Obras y Servicios (Banobras), cargo que ocupa de febrero a septiembre de ese año. En septiembre, Fox lo nombra secretario de Energía, con la tarea de impulsar la reforma del sector energético de México.

146 Información de la página oficial de Internet de Andrés Manuel López Obrador

En mayo de 2004, renuncia a su cargo al ser criticado directamente por el presidente Fox, por haber participado en un acto político anticipado, en el que se le mencionó como posible candidato a la presidencia de la República.

A mediados del 2005, el PAN convocó a una elección interna, entre miembros y adherentes, para elegir su candidato presidencial. En ella participaron, Calderón, Alberto Cárdenas, ex secretario de Medio Ambiente, y Santiago Creel, ex secretario de Gobernación. Al finalizar las tres rondas de votación, Calderón fue electo ganador por el 51.59 por ciento de los votos emitidos.

- Roberto Madrazo Pintado¹⁴⁷

Nacido el 30 de julio de 1952, alienta sus tempranas inquietudes sociopolíticas con las enseñanzas de sus padres, el Lic. Carlos Alberto Madrazo Becerra y la Profra. Graciela Pintado Jiménez, quienes contribuyeron, además, a forjar su raíz y compromiso con la tierra tabasqueña.

Abogado de profesión, en 1974 se gradúa con mención honorífica en la facultad de derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México, con la tesis intitulada "La Seguridad Social en el Ambito Internacional". Durante 1979 ingresa a la Barra Nacional de Abogados, de la cual aún es miembro.

Roberto Madrazo Pintado ocupa cargos dentro de la Administración Pública desde la edad de 19 años, época en la que funge como jefe del bufete jurídico gratuito de la Delegación Alvaro Obregón, en la capital de la República. Un año más tarde, colabora para el Departamento del Distrito Federal, en la Procuraduría General de Justicia. De 1979 a 1981 se desempeña como asesor del regente capitalino. En el mismo año es ascendido y nombrado delegado político, en la Magdalena Contreras. Constitucionalista y político de vocación pluralista construye su experiencia parlamentaria a través del contacto permanente con la ciudadanía tabasqueña, la cual lo elige en tres ocasiones Legislador del Estado.

Su primera responsabilidad en carácter de representante popular, se remonta a 1976, fecha en que gana las elecciones como Diputado Federal por el Segundo Distrito de Tabasco. Durante el periodo '88-'91 es Senador de la República. Función desde la que contribuye a la ampliación internacional del aeropuerto tabasqueño. De 1991 de 1993, en la Quincuagésima Quinta Legislatura, ocupa nuevamente una curul, ahora por el Primer Distrito del Estado. Dentro de su trabajo cameral ha presidido distintas comisiones, entre las que están la de Relaciones Exteriores, en la Cámara Alta y la de Educación; ésta última, en la Honorable Cámara de Diputados, durante la reforma del Artículo 3o. Constitucional, la cual mediante la concertación y el diálogo, fue aprobada casi por unanimidad, con una de las votaciones más altas que históricamente se han registrado en ese recinto. Igualmente, y dado su perfil conciliador, en el transcurso de la misma Legislatura recibe el cargo de Secretario de la Gran Comisión, en el Palacio de San Lázaro.

Paralelamente a sus responsabilidades como servidor público y representante popular, Roberto Madrazo Pintado ha sido un activo militante en el seno del Revolucionario Institucional. Así, en 1971 participó por nuestro país en el Encuentro Partidista de Juventudes de México y Alemania. Durante 1975, en su carácter de Secretario General Adjunto para Asuntos de la Juventud, es nombrado representante del Comité por la Paz y la Unificación del Tercer Mundo. Dos años después, funge como Secretario General del Movimiento Nacional de la Juventud Revolucionaria. Ha sido Delegado del PRI en los estados de Chihuahua, Michoacán y Nuevo León; así como Secretario de Promoción y Gestoría, en el trienio '84-'87, y de organización, a partir de 1988, al lado de Luis Donaldo Colosio con quien llevó a cabo la XIV Asamblea Nacional de este organismo. Al principio de la década, forma y dirige la Escuela Nacional de Cuadros.

En el renglón académico, ha realizado estudios de postgrado sobre la prospectiva socioeconómica de las regiones, sus marcos legales, así como los asentamientos humanos y niveles de productividad en zonas tanto urbanas como rurales. Respecto al tema, en 1987 publica su obra ensayística "Donde empieza el pavimento",

¹⁴⁷ información tomada de la página oficial del Gobierno del estado de Tabasco.

texto en el que efectúa análisis y diagnósticos respecto a las nuevas sociedades citadinas, problemática y distintas alternativas de solución, tal preocupación lo motiva a colaborar en el libro antológico Tabasco realidad y perspectivas, con el estudio "Urbanismo, servicios y seguridad pública". Sobre estos temas ha dictado conferencias en foros de la República Mexicana y el extranjero; al igual que respecto al sistema educativo; Tabasco y su integración competitiva en el marco de la globalización mundial; la diversificación económica del sureste y sus nuevos ejes de desarrollo. De 1989 a 1995, amplía su trayectoria editorial a través de artículos periodísticos versados en diversas materias, como serían las instituciones republicanas, su vigencia y revigorización; los hidrocarburos, sus repercusiones y futuro en el sureste mexicano.



CAPÍTULO 6 DESCRIPCIÓN PÁGINAS WEB

A lo largo del presente reporte de investigación hemos conocido la forma en la que los nuevos medios de comunicación, entendidos como Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación se han insertado en diferentes ámbitos de la política, cambiando sustancialmente las formas en las que se pueden entender y además ser utilizadas desde los organismos políticos, así como desde la perspectiva de uso y adecuación, convirtiéndose en herramientas y en nuevos modos de hacerse ver y prevalecer entre la sociedad.

Con miras a tener la posibilidad de seguir observando el comportamiento de las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación en los procesos electorales en nuestro país y puesto que las páginas web y en éste caso las de los candidatos a la presidencia de la república son el objeto de análisis del presente reporte, se presenta aquí un somero análisis de contenido desde una perspectiva justificada a partir de la semiótica.

Las páginas web son el ejemplo palpable y el acceso inmediato cuando ingresamos a la plataforma Internet, además porque cada una de ellas tiene como objeto en un primer nivel informar, pero hoy en día con el advenimiento de las NTICs y el uso cada vez más recuado de ellas podemos distinguir aspectos que pueden ser observados y así identificar lógicas de contenido.

Con tal análisis terminaremos de entender la forma en la que es usado este nuevo medio, así como los elementos que se interconectan en su desarrollo icónico visual y todo lo que conlleva el uso de tales elementos.

6.1 Semiótica, el punto de partida

Entonces, para poder hablar de un método semiótico debemos primero, adoptar un concepto de semiótica pertinente¹⁴⁸, un concepto que se relaciona más con el que hacer semiótico que con su esencia. Así que nos referimos a ella con un esfuerzo por axiomatizar los sistemas significativos, de tal forma, cito a Julia Kristeva quien comparte este punto de vista diciendo que la semiótica es una formalización, una producción de modelos. Y segundo, y previo a descubrir el método en sí, se podrán establecer los postulados metodológicos del mismo. En dicho sentido, la aparición de la semiótica¹⁴⁹ como el estudio de los signos, la significación y los sistemas de significación, debe considerarse dentro del contexto más amplio del pensamiento contemporáneo, comúnmente basado en el lenguaje¹⁵⁰.

Todo texto puede ser estudiado desde una perspectiva inmanente (la estructura del sentido), o desde una perspectiva trascendente (las condiciones externas de la producción del sentido). A partir del concepto

148 "una ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de una sociedad concebible: sería una parte de la psicología social y consecuentemente de la psicología general: yo la llamaré semiología (del griego semeion -signo-". La semiología mostrará qué es lo que constituye signos, qué leyes los gobiernan. Ya que tal ciencia no existe todavía, nadie puede decir lo que será, pero tiene derecho a existir, a ocupar un lugar ya delimitado de antemano". (Saussure. 1996. pág.10)

149 Por otro lado, las investigaciones filosóficas de Pierce, en tanto, le llevaron en la dirección de lo que él llamó "semiótica", especialmente a través de una preocupación por los símbolos, a los que él se refería como la "trama y el urdimbre" de todo pensamiento e investigación científica. El que existan dos palabras para la empresa semiótica, "semiótica" y "semiología", tiene que ver, en gran medida, con su origen dual en las tradiciones de los pierceanos y saussurianos.

150 Los dos pensadores fuente de la actual semiótica fueron el filósofo pragmático americano Charles Sanders Pierce (1839-1914) y el lingüista suizo Ferdinand de Saussure (1857-1913). Más o menos a la vez, pero sin que ninguno conociera las investigaciones del otro. Saussure fundó la ciencia de la semiología y Pierce la ciencia de la semiótica.

dicotómico del signo saussuriano, admitimos en todo signo, en todo mensaje o en todo texto, la existencia de un plano sensible: el plano de la expresión, y un plano inteligible: el plano del contenido.

Desde esta perspectiva es bueno establecer una semiótica de contenido, que dará cuenta de las unidades que se establecen entre sí para articular el sentido, y una semiótica de la expresión, que podrá denominarse semiótica estilística, que se ocuparía de los recursos retóricos, el manejo de las unidades fónicas, el ritmo y la entonación particularmente importantes en poesía y en el caso de los mensajes lingüísticos, y del color, la forma, las líneas, el movimiento, el gesto, etc., en otro tipo de mensaje, o sea en los visuales o impresos.

Se establece que ambos planos se encuentran organizados de manera similar y que la articulación de ambos, por medio de la función semiótica, produce el sentido. Si bien es cierto que cada uno de ellos está a su vez, subdividido en un nivel profundo, y un nivel superficial, esto no quiere decir que haya una correspondencia unívoca y necesaria entre una unidad del contenido X y otra tomada del plano de expresión.

El pensamiento es un reflejo categorizado de la realidad y del lenguaje o cualquier otro sistema semiótico utilizado por el ser humano, es una expresión material. Esto quiere decir que toda la producción significativa reproduce las relaciones lógicas que los objetos guardan entre sí, en la naturaleza. Por lo tanto es posible establecer el recorrido lógico del pensamiento y de la significación. Todo mensaje, por simple que sea, icónico, lingüístico, gestual, etc., es un relato en potencia.

Los relatos expresan de alguna manera el devenir de la acción humana; la acción humana gira alrededor de los objetos de valor. Estos constituyen un número finito y diferente en cada organización social. Por lo tanto la conjunción del sujeto de la acción con un objeto de valor, presupone la disyunción de otro sujeto de acción con ese mismo objeto.

Spinoza¹⁵¹, alguna vez afirmó que el deseo es la misma esencia del hombre. Para el análisis semiológico, es importante asumir que el eje del deseo es el eje fundamental de la acción humana. Así un hombre o una mujer estudian porque desean alcanzar un lugar en el contexto social, para poder satisfacer otros deseos de orden material o espiritual, etc.

Uno de los objetivos de la semiológica es trazar el recorrido narrativo de la acción humana; por lo tanto, todo análisis semiótico de un texto dado, parte de la superficie textual y prosigue su camino hacia el interior del mismo. Todo texto puede ser sujeto a numerosas e infinitas lecturas, analizándose así el principio de semiosis infinita postulado por Charles Sanders Peirce¹⁵². En otras palabras: ningún texto se agota en una sola lectura.

Cada nueva lectura resulta ser una nueva traducción enriquecida de la primera, su interpretante. El análisis semiótico parte de un punto de vista preestablecido por interprete. Todo texto se puede leer desde diferentes niveles de lectura o de pertinencia. Por ello, el análisis semiótico se preocupa más de ¿cómo es que dice el texto lo que dice? Antes que ¿qué o quién lo dice?.

Por ello, se dice entonces que el análisis semiótico parte siempre de la superficie textual y camina hacia adentro hasta llegar paso a paso a la raíz del sentido que nos es trascendente, es un análisis immanente, aunque esto, sin embargo, no invalide la complementación posterior de la investigación con análisis trascendente que ayuden a ubicar el hecho estudiado, desde una perspectiva histórica, social, psicoanalítica filosófica, y por el contrario,

¹⁵¹ Nació en Ámsterdam en 1663. Procedente de familia judía; parte de la innegable influencia de Descartes, crea un sistema muy original, con mezcla de elementos proplamente judíos, escolásticos y estoicos. Para Spinoza, la sustancia es la realidad, por tanto, equivalente a Dios, a aquello que es a la vez, Él mismo.

¹⁵² Considerado el padre de la semiótica moderna. Más aún, su trabajo fue relevante para muchas áreas del conocimiento; es considerado científico social tanto por su formación como por su carrera profesional. Aunque Peirce era de alguna forma un filósofo sistemático en el sentido tradicional de la palabra, su obra aborda los problemas modernos de la ciencia, la verdad y el conocimiento.

permita trabajar sobre textos que se hallan al azar, o cómo en éste caso, observar las páginas web utilizadas en el pasado proceso electoral 2006 en nuestro país, en donde dichas páginas web se convirtieron en parte de la cotidianidad y uso de millones de mexicanos.

Puede entonces generarse un "sentido", el cual nace de la articulación del significante y del significado al encuentro del interpretante. Por lo tanto el trabajo semiótico se puede concentrar en el estudio del recorrido del sentido desde la superficie hacia el interior del texto tanto en el plano de la expresión, en los elementos que se bajan en la producción significativa: los códigos, los signos, los discursos, las fusiones y otros aun por descubrirse, o en el proceso de la interpretación del texto.

Otros principios como el de oposición, fundamento y base de la significación, así como la interpretación darán cuenta de cómo las unidades de un nivel se articulan con las de un nivel superior o inferior, para dar origen a las articulaciones de sentido

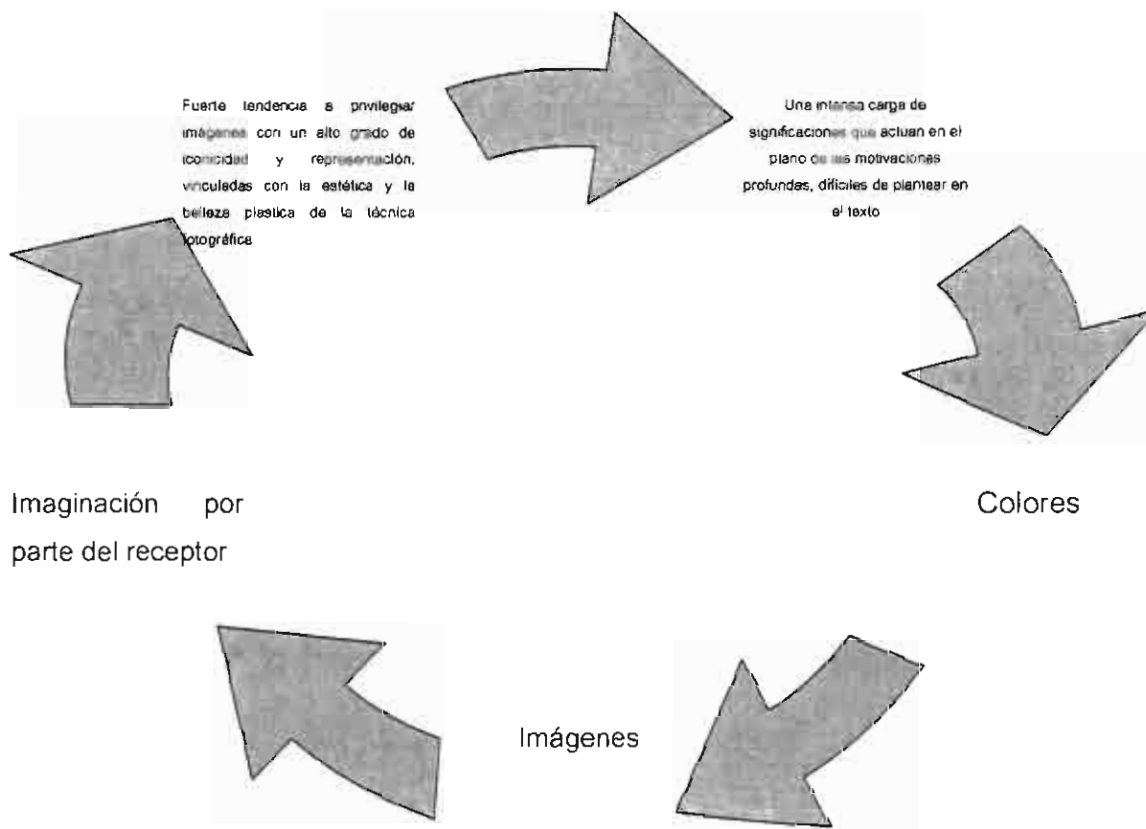
Cuando hablamos de generaciones de sentido nos referimos a los procesos que tienen lugar dentro del texto y no fuera de él, y no a la generación y producción de textos determinados por circunstancias sociales fuera de él. Cuando en la semiótica se hable del contexto, no se apunta el contexto referencial que le preocupa la sociología, sino al conjunto de rasgos pertinentes que le dan significado a un acto enunciativo, sea éste lingüístico o no.

El método semiótico exige la determinación de un punto de vista y de partida concreta para la realización de análisis. Ello significa que el estudioso no se para frente al texto y comienza a barajar y a analizar los temas que se le van presentando de una manera desorganizada y caprichosa sino que se plantea una perspectiva específica, que se conoce, en el campo de la semiología como nivel de pertinencia. Así, llegamos ahora, al punto de admitir que lo externo, o trascendente afecta la cálida inmanente del análisis semiótico. Porque no dice lo mismo un soneto de Shakespeare, hoy que hace cuatrocientos años, cuando fue escrito.

Como la realidad total es susceptible de ser leída como texto, porque se encuentra en un proceso de emisión permanente de sentido frente al ser humano que la interpela, la semiología se convierte en el método de la lectura del mundo por excelencia.

6.2 El método

En éste tipo de análisis se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos, ya que nos permitirán delimitar u observar que nos dice cada uno de los elementos, además por que las páginas web permiten identificar claramente cada uno de los elementos:



Ahora bien, debido a que el mensaje publicitario¹⁵³ se ha constituido en una fuente inagotable de propuestas para analizar, bien sea por su riqueza expresiva y de contenido, o por su elevada incidencia social. Muchos teóricos coinciden en afirmar que este tipo de discurso cumple un doble rol: informar y persuadir, es decir, que "fluctúa entre un acercamiento al referente y un acercamiento al receptor".

Debido a ello muchos son los productos que se han publicitado a través de los diferentes medios de difusión masiva, para promover sus bondades y beneficios, elaborados a través de refinadísimos mecanismos de persuasión/seducción/sugestión; mediante un bien planificado proceso discursivo, que armoniza cada uno de sus componentes. Según lo señalado por Sánchez¹⁵⁴ "una producción de actos enunciativos insertos en estructuras semióticas de interacción permanente entre el enunciador y el enunciatario".

153 González, J. *Fundamentos para la teoría del mensaje publicitario*. Ediciones Forja, S.A. Madrid.España.1982

154 Sánchez, L. *Retórica y sintaxis de la publicidad (Itinerarios de la persuasión)* Servicio de publicaciones Universidad de Córdoba Córdoba. España, 1991

6.3 La propuesta de Georges Péninou

Por su parte Péninou¹⁵⁵ es uno de los pioneros del análisis de la imagen publicitaria inicia la labor de construcción de una semiótica publicitaria al partir del análisis de un aviso de Indian Tonic Schweppes, en el cual propone no confundir el mensaje, o sustancia informativa especificada, con su soporte. A este análisis lo denomina "Estructura del Manifiesto" y en ella parte de "Mensaje y Manifiestos" donde desmonta el mensaje en función de la disposición gráfica de sus elementos; "tres textos, en lugares distintos, con una composición no lineal y una importancia y una grafía distintas sitúan el producto social, técnica y comercialmente"¹⁵⁶.

Péninou realiza, pues, una lectura enunciativa, descriptiva, coincidental y óptica de la imagen publicitaria, en contraposición a la forma tradicional del análisis de las figuras retóricas contenidas en la imagen publicitaria. Luego de focalizar Mensaje y Manifiestos, el autor propone examinar los soportes y variantes que sustentan el anuncio. Las variantes son las variables cuyo juego de presencia o ausencia autoriza la institución del sentido y los soportes permiten que sobre ellos descanse el sentido, son la matena semantizable.

No obstante, conviene enfatizar las subdivisiones planteadas por Péninou en cuanto a la publicidad de presentación se refiere, por cuanto el discurso publicitario en cuestión privilegia al presentador a la hora de elaborar sus anuncios. El régimen de la presentación se subdivide en dos grandes ramas, según que haya acto o estado, intermediano o ausencia de intermediano, es decir, ostensión o exposición. A su vez la publicidad de ostensión se subdivide en dos subgrupos en función de la relación de solidaridad o de no solidaridad corporal entre el presentador y el objeto presentado: tenemos entonces "la exhibición o la designación"¹⁵⁷

1. La designación comprende aquellos gestos que señalan o designan algo particular, es el acto semántico por excelencia, según afirma Péninou.
2. La exhibición pone énfasis en la expresión del mensaje, el cual puede estar marcado por diferentes aspectos de tipo iconográfico (color, disposición espacial, tipografía, etc.).

En la ostensión es donde Péninou ubica las categorías:

Código gestual tendido / no tendido: "el objeto se adelanta hacia el observador mediante un gesto de exhibición, es sostenido, mostrado, o mejor aún tendido".	Código gestual distanciado / no distanciado: cuando el objeto se ubica a cierta distancia del presentador.	Códigos posicionales: intervienen sobre la oposición delante / detrás, central / no central, alto / bajo, todas en función de la relación objeto presentado / presentador.
--	--	--

Implicaciones obvias que según Peninou¹⁵⁸ se obtienen de los puntos anteriores:

- "La frontalidad de los personajes, los ojos fijos en un espectador ausente al que dan la cara, es una de las posturas publicitarias más características". "El frontal y el tres cuartos han dado paso al perfil que se descodifica en el "él" (ellos) o "ella" (ellas) o, en el caso más extremo en un personaje de espaldas".

¹⁵⁵ Péninou, G 1976 *Semiótica de la Publicidad* Gustavo Gili. Barcelona. España, 1976

¹⁵⁶ Ibid pág. 49

¹⁵⁷ Ibid pág. 110

¹⁵⁸ Ibid pág. 16

6.4 El método Baraduc

Una postura más es la de Baraduc¹⁵⁹, él dice que el reconocimiento inmediato de la organización propia de la imagen publicitaria que el lector hace se manifiesta en "un conjunto de elementos pictográficos que tienen una estructura interna", por ello:

- Advierte la necesidad de buscar una analogía estricta entre el mensaje lingüístico y el icónico para una lectura correcta del anuncio.

De esta manera, distingue entre los factores inherentes al objeto representado (tamaño, color) y los factores claves para estructurar el mensaje icónico (ubicación en el plano, luminosidad, nitidez), formando con ellos una serie de oposiciones:

1. Tamaño: grande / pequeño
2. Color: coloreado / apagado
3. Plano: próximo / lejano
4. Nitidez: nítido / vago
5. Luminosidad: luminoso / oscuro

El método de Baraduc ¹⁶⁰permite deducir las relaciones estructurales que se dan en la imagen, el orden de lectura en tanto que captación secuencial de unidades de sentido, y la relación entre orden de lectura y significado de la imagen.

6.5 La propuesta de A. Carreto

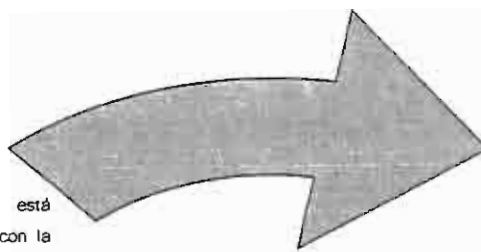
Desde el punto de vista de Carreto¹⁶¹ encontramos que en su estudio del Código Icónico, el autor plantea que la imagen ha de ser entendida como una unidad significativa que reúne todas las condicionantes para ser signo: significado, significante (materialidad) y significación; del mismo modo, explica que la imagen es captada mediante dos procesos de percepción: el descriptivo y el simbólico.

1. El primero viene determinado por la percepción de los elementos que integran la imagen: líneas, contornos, formas, colores, etc.
1. El segundo, por la interpretación de esos elementos en cuanto a su significación. De esta forma, afirma Carreto, toda imagen puede poseer grado de figuración, iconicidad y complejidad.

159 Baraduc, J. *Los significantes del consumo*. Biblos Buenos Aires, 1993

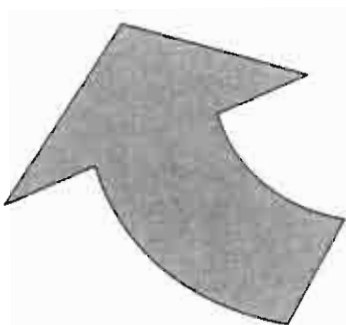
160 Baraduc, J. *Los significantes del consumo*, Edit. Biblos, Buenos Aires, 1993

161 Carreto H., A.. *Publicidad. Estructura Semántica*. Editorial Panapo, Caracas, 1997

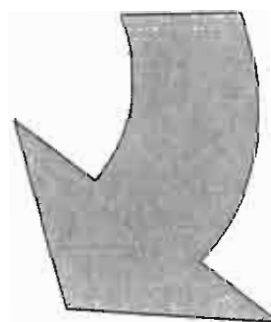


El grado de complejidad está estrechamente relacionado con la lectura que se hace de la imagen. Entre mayores niveles de abstracción ostente una imagen, mayor grado de complejidad tendrá su decodificación o lectura

El grado de figuración está en función del reconocimiento de modelos reales previamente conocidos por el ser humano (Mujer + niño = maternidad).



El grado de iconicidad se refiere a la exactitud de la imagen respecto al objeto representado. El grado de iconicidad se ancla en la analogía o similitud entre el objeto y su imagen, o entre la imagen y el natural



Por otro lado encontramos en las imágenes un potencial amplio, la fotografía se distingue por tener funciones específicas y perfectamente identificables:

Como documento: muestra una imagen objetiva como evidencia de algo que ocurrió en realidad.	Como obra de arte: designa la función netamente artística de la fotografía.
Como texto con la cual se pretende lograr una lectura de la intencionalidad del emisor y comprende:	
↓	
<ol style="list-style-type: none"> 1. El subcódigo cromático representa para Carreto un elemento atencional que da más categoría al anuncio, afirmando inclusive que "es más atractiva una imagen que utiliza el color que una en blanco y negro". 2. El subcódigo tipográfico no sólo comunica lo que expresa lingüísticamente el carácter o tipo, sino que se han de tener en cuenta todos los recursos que permiten vislumbrar sus posibles lecturas como recurso expresivo, netamente visual e icónico. 3. El subcódigo morfológico se relaciona con la disposición espacial de los elementos que integran el anuncio y que facilitan su recorrido geográfico (perceptivo). 4. Los sub-códigos culturales son determinados por aquellas convenciones que la sociedad por tradición, o cultura, les ha conferido una cierta significación, como es el caso del sexo, los juegos, el protocolo y la moda, entre otros., 	

6.6 La fuerza del color

El análisis del color permite desprender muchas de las significaciones contenidas, por lo tanto, el predominio de la fotografía a color, la presencia del blanco y negro y el uso de los virados constituyen para el enunciador no un mero artificio estético de la imagen, sino todo un recurso expresivo que sugiere, transmite y comunica al destinatario un conjunto de saberes.

De la gama de matices, sobresale la utilización de colores fuertes, saturados y contrastantes, como se comprueba en el gráfico.

- La presencia de colores tan contrastantes como el negro y el blanco obedece a una fuerte inclinación de este discurso a emplearlos para titular sus anuncios, colocar los textos o neutralizar los fondos, y sugerir la presencia simbólica del día y la noche.
- El negro, símbolo universal de la elegancia, se junta la mayoría de las veces con el dorado para significar prestigio, distinción, clase.
- La pureza del blanco es empleada para representar el carácter natural del producto y la neutralidad en la composición gráfica del anuncio.
- La cotizada presencia del dorado y su vinculación con el producto y el entorno, refleja la valiosa presencia del oro, la excelente calidad del producto y la legitimación del prestigio.
- La fuerza emotiva del rojo transmite, a los anuncios que lo contienen, la pasión, el deseo ardiente y la tentación del excitante aroma.
- Los tonos ocres, bronce y marrones se emplean, en cambio, para reforzar el grado de concentración del producto, la presencia de la madera como elemento aromatizador y para destacar el perfecto bronceado de las pieles desnudas.
- La naturalidad del verde simboliza la inclusión de valores ecológicos, juveniles y relajantes, y la vitalidad de un flamante aroma.
- El celestial azul invoca la fuerza del mar, la frescura del aire, la serenidad del ambiente, la completa expresión de libertad y la firmeza del actante.
- La carga contrastiva del amarillo refuerza la mayoría de las veces la presencia del producto, la calidez del entorno y la oposición gráfica de las piezas del anuncio. Al igual que el dorado, simboliza el poder y la codicia que emanan del oro.

6.7 La descripción

A continuación se presenta un análisis de las páginas electrónicas de los candidatos a la presidencia de la república que utilizaron en el Proceso Electoral de 2006. En tal análisis veremos la forma en la que se han incorporado diversos elementos icónicos y muy probablemente estratégicos dentro de este nuevo recurso de comunicación.

Posiblemente existan contenidos muy parecidos entre las páginas y la forma en cómo se presentan, sin embargo las lógicas y espacios utilizados no coincidan entre ellas.

I. Desde el punto de vista de Péninou, se pueden distinguir gestos (en protagonistas) que señalan algo en particular

*En la página web de Andrés Manuel López Obrador podemos distinguir: la sonrisa, el dedo pulgar hacia arriba, la mirada sugiriendo cordialidad



* En la página web de Felipe Calderón podemos ver: fotografías de la infancia, él muy sonriente y con el escudo nacional al fondo, la imagen que más se utilizó es la de la derecha, pues además de ser utilizada en la página electrónica de "inicio" también esta imagen fue usada para pendones y gallardetes los cuales se utilizan para invadir las calles de ciudades y pueblos.



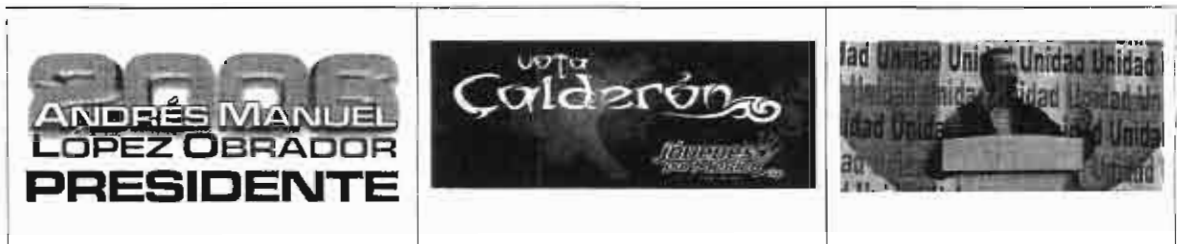
*En la página web de Roberto Madrazo podemos distinguir: la postura del candidato, aparentemente un hombre apacible, confiable y con mirada pasiva, tranquila.



*Como podemos observar en las tres páginas aparecen los candidatos con rostros amables, sonrisa carismática intentando posicionarse como personas de gran calidad humana.



II. También para Péninou existe la categoría de exhibición, la cual se refiere a la expresión del mensaje y elementos que puedan ser utilizados para atraer la atención o generar algún tipo de expectativa.



III. Péninou señala que pueden existir códigos gestuales que hacen aportes a la estrategia de elementos y de contenido, en las páginas electrónicas podemos distinguir que se utilizaron imágenes como las siguientes:



IV. Implicaciones obvias de la propuesta de Péninou a cerca de la forma en la que usan la imagen de una persona, refiriéndose a la frontalidad y las miradas, posturas características en las estrategias publicitarias.



*Podemos observar que en cada una de las páginas cómo las categorías de Péninou se comprueban con los postulados sobre los códigos gestuales



V. Según Braduc en los mensajes se debe buscar una analogía estricta entre el mensaje lingüístico y el icónico para una lectura correcta del anuncio.

*Por lo tanto en los siguientes ejemplos podremos distinguir dichas relaciones estructurales que menciona Braduc.





* En mayor o menor medida las relaciones de los elementos que componen las páginas para unas sea distinta que para otras, por lo tanto el grado de percepción cambia, no obstante en general los contenidos son muy parecidos.

VI. Desde el punto de vista de Carreto, el cual tiene que ver con la percepción de los elementos que integran un todo, refiere el grado de complejidad que se pueda generar; en este caso se ha encontrado que en las páginas no existe límite para utilizar todo tipo de elementos icónicos llegando a una saturación visible.



* Podemos ver que existen distintas imágenes, mensajes y elementos, que le otorgan a la página grado de complejidad.



* Observamos saturación de mensajes y color



VII. Siguiendo en la propuesta de Carreto encontramos que las fotografías son imágenes con alto potencial expresivo y tiene funciones perfectamente identificables:

*Imágenes que muestran algo que sucedió en la realidad:



* Imágenes que se prestaron para realizar juego artístico:



VIII. La fuerza del color

* Como ya lo mencionamos anteriormente, el color permite distinguir significaciones distintas:

- En el amarillo encontramos el símbolo del poder y la codicia.



- El azul invoca la fuerza del mar, la frescura del aire, la serenidad del ambiente, la completa expresión de libertad.



- El rojo transmite a los anuncios que lo contienen pasión o deseo



* Como pudimos observar, los elementos icónicos que se utilizan en el diseño de cada una de las páginas electrónicas que tomamos como muestra representativa de nuestra investigación y que fueron seguidas durante el proceso electoral (febrero-julio de 2006) solo se encuentran en posibilidades de difundir información.

CONCLUSIONES

Resulta un poco complicado llegar a una sola conclusión después de tener un espectro amplio de información, después de conocer desde distintas ópticas los modos en que las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación -y como ya es sabido a lo largo de nuestro reporte- las páginas electrónicas web, se van insertando en distintos momentos de nuestro acontecer y sobre todo en la arena política, lugar donde nos ubicamos para realizar la observación de su inserción, dicho momento nos llevó a detenernos a mirar superficialmente los elementos de contenido icónicos de cada una de las páginas.

Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación y la Información, han permitido acelerados cambios en nuestras sociedades, de manera que nos otorgan la posibilidad de participar a un sector segmentado de la sociedad en un sinfín de posibilidades de comunicación, siendo así, un recurso más o una nueva herramienta de apertura hacia el acceso de información e interacción comunicativa. Y podemos referir que es segmentado debido a que muchos autores coinciden en que los beneficios que ofrecen estas tecnologías no están al alcance de todos los posibles usuarios ni su acceso está extendido a todos los países; existen datos recientes de la OTI (Organización Internacional del Trabajo) donde se señala que más de 3000 millones de personas en el mundo nunca tendrán contacto con una computadora debido a los bajos ingresos que reciben.

Durante la última década ha tenido lugar en el ámbito internacional un creciente proceso de modernización en la vida social lo que influye en la comunicación y en la educación: la llegada de la TV por cable y su creciente masificación, la digitalización de las líneas telefónicas, la difusión de la telefonía celular, el uso del correo electrónico, la proliferación de computadoras, así como la implementación de Internet. Estas tecnologías de la comunicación han comenzado a formar parte de la vida diaria, a pesar de que las mismas no son usadas por la totalidad de la población y sus verdaderas capacidades no son realmente aprovechadas.

Además las NTICs como trivialmente se les ha denominado en el ámbito académico, se han convertido en objeto de análisis y pretexto de tema para el desarrollo de un sin número de proyectos de investigación; tales proyectos nos dieron cuenta de la transformación en la tecnología de la comunicación y la forma en que ha venido trayendo como consecuencia un cambio en nuestra manera no sólo de estar informados y comunicamos, sino de concebir el mundo que nos rodea y por consiguiente las investigaciones han dado cuenta de una generación de palpables y fuertes cambios a niveles sociales, políticos, educativos, empresariales, económicos y culturales.

Con todos los datos revisados, podemos mencionar que el vertiginoso desarrollo de la ciencia y la técnica ha irrumpido en todos los ámbitos y niveles sociales, de modo que en los tiempos actuales la nueva tecnología se ha convertido en uno de los productos fundamentales del consumo de la modernidad. Como todo elemento "nuevo" en acelerado desarrollo que se gesta en el mundo, trae consigo cambios que repercuten en los procesos y fenómenos sociales, y de manera mucho más específica en la mente del ser humano, así como, en su forma de vivir, pensar y hacer.

También podemos señalar que la nueva era de la información ha contribuido a que los acontecimientos que se suceden a escala mundial, continental o nacional nos resulten más cercanos, y que la idea de la "aldea global" de Mac Luhan se vaya haciendo realidad. Por ello nuestra visión del mundo está adquiriendo una nueva dimensión por encima de países, comunidades y localidades, lo mismo que le sucede a las empresas. Estamos ante un nuevo modelo social, la "sociedad globalizada", en el que las fronteras desaparecen en beneficio de los intercambios de ideas, mensajes, productos, servicios, personas...etcétera.

Se ha podido observar que la expansión e implantación de redes informáticas ha hecho posible la universalización de los intercambios y relaciones, al poner en comunicación a amplios y como ya lo mencionamos anteriormente a limitados sectores de ciudadanos residentes en espacios geográficos muy distantes entre sí.

Del mismo modo, también hemos podido ver que los espacios nacionales se han visto superados por las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y por lo tanto las fronteras se van disuadiendo; las informaciones políticas, militares, económicas –especialmente financieras–, sociales, empresariales, entre otras, se intercambian y se transmiten cada día por todo el mundo, de manera que nuestra vida está condicionada en cada momento por lo que está sucediendo a miles de kilómetros de distancia. Gracias al uso de las NTICs cualquier acontecimiento político o económico ocurrido en un país puede tener una repercusión importante en la actividad económica de otras naciones.

En éste camino de cambios notables de nuevas formas de vida, podemos afirmar que ya vivimos en un mundo donde la Nueva Tecnología se convierte en una cosmovisión y hasta en una pasión, desde la cual pretende darse cuenta de lo que ocurre en el mundo y en una concepción que se convierte no sólo en un medio instrumental, operacional, sino en una normativa. La revolución tecnológica contemporánea además de impactar los medios de producción con sus trascendentales consecuencias, trasciende los medios y las relaciones de producción para penetrar y revolucionar todas las áreas de la actividad humana –incluidas las relaciones personales–.

A pesar de que no fue tema de nuestra investigación en algún momento se habló de la forma en que los nuevos espacios creados en la Red nos permiten tener acceso a formas innovadoras de comunicación, información e interacción, nos referimos a los Chats, Blogs, Foros Virtuales, Páginas Electrónicas de Opinión y toda la información que se genera y es enviada a través de correos electrónicos en forma de presentaciones en el peor de los casos en Power Point y hasta en softwares sofisticados, la cual es transmitida desde organismos civiles o agrupaciones sociales que como cualquier persona que lo desee puede tener una página en Internet; dicho asunto se dejó ver en el periodo post-electoral de julio de 2006 en nuestro país; quienes tenemos acceso a un correo electrónico comprobamos la colosal cantidad de información que nos llegó en forma de “cadenas” –entendiendo ésta como la retransmisión masiva de datos vía los contactos de nuestros directorios en el correo web– sobre el tan mencionado fraude electoral, por mencionar un ejemplo.

Así, podemos referirnos a una huella que marca la nueva era de la información, en donde hasta la forma de pensar tendrá que juzgarse con un antes y un después de la introducción de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Esto, por supuesto, implica serios desafíos al ámbito político. Toda vez que la globalización que acompaña la revolución tecnológica ya está imponiendo estereotipos que modifican las formas y los modos de darse de la política. Vista en el nuevo uso e inserción que se da de ellas.

Por otro lado, nos encontramos con el uso y adecuación que los organismos gubernamentales hacen de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación con referencia al manejo de información y los posibles modelos de influencia social que puedan generar; así los líderes de opinión de grupos evalúan la información que fluye de los gobiernos y cómo la interpretan tales ámbitos. En éste sentido se demuestra claramente el potencial de los nuevos medios de comunicación que existen y son usados para la influencia política masiva, por lo tanto día con día se requiere de la adecuación de nuevos modelos, modos y herramientas comunicativas para desarrollos potenciales y cumplimiento de los planes gubernamentales.

Al observar la irrupción de nuevas formas en el espacio de los medios a través de las páginas electrónicas, las cuales poseen características distintas a las que tradicionalmente se habían adoptado en nuestro país: se pudo conocer como las modalidades que adoptan los mensajes políticos en los medios, en este caso en los sitios web, han sido construidos bajo condiciones sistémicas como la mercadotecnia política, la ingeniería de imagen, la publicidad política, etc., las cuales están teniendo consecuencias en la forma y los conceptos de la política, dando por resultado la necesidad de una redefinición de la estructura y la conceptualización del quehacer político, pues cada día lo podemos observar en los medios de comunicación de mayor ingerencia cómo se van presentando momentos específicos del espectro político.

El impacto que se generó de parte de las páginas electrónicas oficiales de los candidatos que observamos intentaron bajo estrategias aparentemente persuasivas homogeneizar producciones de sentido, uso de recursos icónicos, manejo de contenidos y orientaciones no solo económicas, sino ideológicamente políticas, sociales y

culturales para nuestro país; enfatizo que sólo me encuentro en la posibilidad de señalar que fue un primer acercamiento a las páginas electrónicas y que observando los elementos que las componen no tuvieron mayor peso del que se esperaba de parte de la ingeniería mercadológica, simplemente los contenidos nos permitieron afirmar que las páginas en este proceso sirvieron:

1. como un espacio más de divulgación de información sobre actividades a realizar de los candidatos
2. de lugar para que aparentemente generara interacción a través de foros o chats con el candidato
3. como enlace con quienes tenían la posibilidad de realizar algún tipo de donación en especie ó monetaria.
4. para que quienes lo desearan pudieran tener imágenes o documentos que tenían que ver con la trayectoria del candidato, con el itinerario, con las estrategias de la plataforma, con la filosofía partidista y hasta con documentos de evidencia en contra de los candidatos contrarios
5. y en el mejor de los casos poder "bajar" música, videos y hasta cortometrajes (en el caso de la página del candidato perredista).

Según los registros de visita o de usuarios de las páginas web de los tres candidatos presentaron niveles muy bajos de uso; la página que registró más visitas fue la de Andrés Manuel López Obrador. Quienes han tenido la experiencia de realizar páginas web señalan que los personajes famosos o de renombre en el ámbito político, artístico, intelectual y social que contribuían con el candidato hicieron que la página al menos fuera abierta por curiosidad; y el otro aspecto a considerar fue el que existiera dentro de el portal, una espacio específico para jóvenes, hecho estratégicamente, pues ahí se tenía la oportunidad de expresar necesidades del sector juvenil y crear al mismo tiempo espacios reales como conciertos, fiestas, foros, etc.

Encontramos que en las sociedades contemporáneas la configuración del espacio público pasa necesariamente por los medios de comunicación masiva. Su centralidad en los procesos de comunicación política, específicamente en los procesos electorales, su capacidad para establecer la agenda de los asuntos públicos, convierten a los medios en un elemento fundamental –más allá de sus características instrumentales- en la construcción democrática. A esto se añade que los intereses particulares de éstos, derivados tanto de sus determinaciones histórico estructurales, como de sus políticas editoriales, se confrontan permanentemente con los intereses ciudadanos que demandan de ellos el suministro de una información extensa y confiable sobre los asuntos públicos y con base en la cual, se puedan conformar las decisiones que consideren pertinentes.

Los procesos democráticos hasta ahora se han preocupado más por delimitar las acciones de los emisores (medios y políticos). Por lo tanto, hoy pudimos observar que a través del uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y en éste caso de las páginas electrónicas tanto de los sitios oficiales como de los no oficiales de los candidatos a la presidencia de la república, encontramos contenidos que parecen estar enfocados a la dotación de elementos que en un determinado momento permiten desbrozar el complejo panorama de los procesos electorales, de manera que el voto sea producto de la reflexión, del razonamiento basado en información útil y veraz sobre cada candidato y su programa de gobierno.

Las nuevas formas de utilizar los medios de comunicación por la política y los políticos transforman la concepción de la propia política, que a nuestro juicio tiene repercusiones en la sociedad en general y en los proyectos nacionales de desarrollo, particularmente en las formas y modalidades de construcción de una Democracia, que como pudimos observar, su concepción y miramiento desde la sociedad se encuentra si no en un momento de indefinición, si en un estado disperso y de difícil adecuación en nuestro país. Tuvimos la oportunidad de revisar diversos autores que nos ofrecieron la posibilidad de encontrar los criterios de lo que significa la democracia y sus indicadores en las democracias realmente existentes, a pesar de las múltiples ópticas que conlleva la democracia como forma de gobierno y como paradigma globalizador, nos atrevimos sólo a retomar los aspectos más relevantes de sus propuestas sin adentrar demasiado, pues no es el sentido de nuestro trabajo, simplemente lo dejamos como referente teórico.

A lo largo de nuestro recorrido de investigación pudimos observar que el sistema político mexicano, así como nuestra sociedad se hallan en un proceso de cambios multidisciplinarios que dejan ver nuevas formas cada vez

más inéditas de presentar a la política y a los procesos que en ellas se desenvuelven, y como pudimos ver, las elecciones federales de 2006 nos permitieron encontrar nuevas modalidades de comunicación, nuevos modos de ver y hacer de los actores políticos quienes pretenden un espacio público y toman como gran escalón a los ya tradicionales medios de información y comunicación y sobre todo encontraron en las Nuevas Tecnologías de la Comunicación nuevas posibilidades comunicativas y más que eso, han encontrado, como alguna vez lo refirió Raúl Trejo Delarbre "un medio importante para los políticos en términos de imagen y status, más allá de los efectos específicos que esa presencia pueda lograr".

En este sentido también pudimos observar que existe una preocupación latente de parte de los partidos políticos, quienes están centrados por una reconfiguración de ellos mismos y de quienes los representan; creyendo así, que en los medios masivos de comunicación encontrarán un camino de solución, o al menos, una forma de establecer nuevos canales de interlocución con la sociedad, pues la capacidad de establecer comunicación con ella se encuentra visiblemente desgastada.

De manera que, en este contexto, se registra una auténtica disputa por la esfera pública, por prevalecer dentro y usar a los medios como trampolín aparentemente mágico; ahí los actores políticos, económicos y sociales, urgen por influir en la definición de la agenda pública, a fin de que sus intereses prevalezcan y tengan posibilidades de resolución. Todo lo anterior, se mira en el marco de un proceso democratizador acorde con las exigencias nacionales y globalizadoras que actualmente enfrentamos.

El uso de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación en los procesos electorales nos permitieron ver que el uso de la tecnología va más allá de la propia captación de los votos, y de el recuento en la jornada electoral; es más que la implantación de parte de algunos países o gobiernos por implementar el voto electrónico. Puesto que, la utilización de tecnología y en este caso del Internet genera otras expresiones de la actividad informativa, así como de contenidos modificando la percepción de la política y además modificando el pensamiento humano.

No obstante también se pudo observar que en la misma medida que el resto de la información se encuentra disponible en la red de redes, la de carácter político llega a una cantidad pequeña de ciudadanos, incluso en los países de alto desarrollo tecnológico. Usar tecnología para propósitos electorales puede ser costoso, especialmente en la etapa de instrumentación, dicen los analistas del tema.

Ahora bien, las oportunidades y desafíos que se desprenden de Internet para la comunicación social son tan infinitas como ese mundo que va creciendo en la Web. La Red invita a los comunicadores sociales, y también a los medios de comunicación tradicionales, a involucrarse de manera provechosa para sacar partido de esas llamadas Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación de la mejor manera, con intenciones de permitirse ocupar dignamente un espacio en el que prácticamente todas las áreas son una oferta interesante, atractiva y por qué no, excitante: En sentido práctico en cuanto a la generación de contenidos; en sentido filosófico en el análisis de sus implicaciones sociológicas y el impacto en la formación de opinión pública; en sentido comercial en tanto favorezca al proceso del medio masivo como negocio.

No se trata de decir de manera airada que Internet y las Tecnologías de Información han afectado o cambiado la comunicación social, porque es evidente que la obligan constantemente a cambiar, así como lo hacen con el resto de las actividades que el hombre desarrolla en el mundo.

Se trata simplemente de destacar la importancia que tiene hoy el hecho de asumir con responsabilidad la tarea de mirar todas las innovaciones tecnológicas que surgen en el área de información y comunicación desde una perspectiva más amplia, porque es imposible ya mirar desde afuera. Internet puede hacer mucho en este sentido, porque da a sus usuarios (aún escasos) herramientas para el cuestionamiento y la expresión. Pensar que una vez más estamos ante un medio que finalmente terminará estando al servicio del entretenimiento, no ayuda a un posible desarrollo de la red de redes como un recurso más para la comunicación política.

Ya no puede dudarse que los medios de comunicación forman parte de las tecnologías de información y que a su vez, en acción complementaria, mejoran con cada invención que surge en el área. Tampoco hay duda de las

oportunidades que surgen para los comunicadores sociales en este nuevo orden mundial que impone la llamada Revolución de Información. Pero como toda tecnología resulta beneficiosa para la humanidad en la medida que el hombre reconoce sus atributos y les da uso en esa dirección, queda en manos de los profesionales de la comunicación la labor de continuar planteando las interrogantes e ir buscando las respuestas. Porque definitivamente, el debate apenas comienza.

La experiencia de investigación me pareció una oportunidad inmejorable de continuar indagando desde el campo de la comunicación política, a las Nuevas Tecnologías de la Comunicación y su inserción en nuestro acontecer y en los procesos de políticos de nuestro país.

BIBLIOGRAFÍA

Adomo, T.W. *Televisión y cultura de masas*. Eudecor. Córdoba, Argentina, 1966.

Almond y Powel. *Comparative Politics*. Brown And Company. Boston Little, 1966

Arendt, Hannah. *La esfera pública y la privada*. Cap.2. en: *La Condición Humana*. Paidós. Barcelona, 1993.

Argüelles, Antonio y Villa, Manuel. *México: el voto por la democracia*. Porrúa. México, 1994.

Arora, S.K. y Laswell, H.D. *Political communication*. Holt, Rinehart & Winston. New York, 1969.

Aumont, Jacques. *Análisis del Film*. Paidós. Barcelona, 1990.

Auyero, J. *El juez, la reina y el policía. Etnografía, narrativa, y los sentidos de la protesta*. Apuntes de Investigación del CECYP, nº 6, Buenos Aires, Centro de Estudios en Cultura y Política. 2000

Badia, Montse en *Revolving Doors*. www.fundacion.telefonica.com

Baggaley, Jon P. *Análisis del mensaje televisivo*. Gustavo Gili. Barcelona, 1979. París, 1973.

Baraduc, J. *Los significantes del consumo*. Biblos. Buenos Aires, 1993.

Barthes, Roland et al, *Análisis estructural del relato*. Premia. México, 1984.

Barthes, Roland, *Lo Obvio y lo Obtuso*. Paidós. Barcelona, 1986.

Becerra, R., Salazar, P., y Woldenberg, José. *La mecánica del cambio político en México, Elecciones, partidos y reformas*. Cal y Arena. México, 2000.

Berelson, B.; Lazarsfeld, P. y Mc Phee, W. *Voting: A study of Opinion formation in a presidential campaign*. Chicago University Press. Chicago, 1954.

Berelson, B. y Steiner, G. *Human behavior: An inventory of scientific finding*. Brace & Co. New York, 1964.

Benistain, Helena, *Análisis e interpretación del poema lírico*. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). México, 1989.

Bettetini, Gian Franco. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Paidós. Barcelona, 1995.

Bishop, G.F.; Meadow, R.G.; Jackson-Beeck, M. (eds.): *The presidential debates: Media, electoral and policy perspectives*. Praeger, New York, 1978.

Bobbio, Norberto. *Estado, Gobierno y Sociedad*. México. 1992.

Breton, Phillippe; Gauthier, Pilles; Gossellin, André y Mouchon, Jean. *Comunicación y política*. Barcelona. España, 1998.

Buendia, José. *Elecciones Inéditas 2006. La democracia a prueba*. Grupo Editorial Norma. México, 2006.

Cabello, R. "¿Multicultural electrónica? Televisión por cable: diagnóstico socio-cultural sobre la influencia de sus usos", *III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación «Comunicación: Campos de investigación y prácticas»*, Mendoza, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. UN Cuyo.

Cabero, Julio. *Tecnología Educativa: Utilización didáctica del vídeo. El pedagogo frente a las nuevas tecnologías de comunicación e información como herramienta de la capacitación*. Sevilla: 1989

Canga Larequi, Jesús. *La Prensa y las Nuevas Tecnologías. Manual de la Redacción Electrónica*. España, 1988. En: Murelaga, Jon. *La Radio Frente a la Revolución Digital*. Disponible en: www.Coranto.net Revista de Periodismo Digital. Año 1. No. 1 Junio 2000.

Cansino, César, *Traducción del italiano. De la intervención del autor en las Lecturas de la Asociación "Il Mulino"*, Italia, 2005.

Carbó, Teresa, *Discurso Político: Lectura y Análisis* México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS), 1984.

Carreto H., A. *Publicidad. Estructura semántica*. Panapo. Venezuela, 1997

Castells, Manuel. *La sociedad red. La era de la información. Vol.I*. Alianza Editorial. Madrid, 1999

Casullo, N. *Comunicación: la democracia difícil*. Ilet. Buenos Aires, 1985.

Cebrián, Juan Luis. *La Red*. Santillana. España, 2000.

Colomé Gabriel. *Política y medios de comunicación, una aproximación teórica*. Barcelona 1994

Cordeiro, José Luis. *El Combate Educativo del Siglo. Benesuela Vs. Venezuela*, CEDICE. Caracas, 1998.

- Cotla, M. *La representación en Bobbio, N. y Matteucci, N. Diccionario de Política*. Siglo XXI. México, 1982
- Crovi Druetta, Delia. Internet en las elecciones del 2003. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, enero-abril, año/vol. XLVI, no. 190. Universidad Nacional Autónoma de México. México 2004
- González Ibarra, Juan de Dios. *Epistemología política del sistema electoral mexicano*. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. México, 1997,
- Dahl, Robert. *La democracia, una guía para los ciudadanos*. Taurus. España, 1998
- De Tocqueville. *De la démocratie en Amérique*. Gallimard, París, 1950.
- Desiderio, R. *La televisión como nuevo espacio de representatividad*, III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación «Comunicación: Campos de investigación y prácticas», Mendoza, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UN Cuyo.
- Dowsy y Hughes, *Sociología Política*. Editorial Alianza. Madrid, 1975
- Duverger, M. *Instituciones Políticas*. Barcelona, 1980 en González Ibarra. Juan de Dios. *Epistemología política del sistema electoral mexicano*. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. México, 1997.
- Duverger, M. *Sociología Política*. Ariel. Barcelona, 1968 en González Ibarra, Juan de Dios. *Epistemología política del sistema electoral mexicano*. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco. México, 1997.
- Ferrero Barberá, Marta. *Internet y los Portales como Nuevo Espacio para los Medios de Comunicación*. Noviembre de 2001. Disponible en: www.las5w.com.ar
- Flores Vivar y Miguel. Arruti. *Ciberperiodismo*. Ediciones 2010. España, 2001.
- Galeano Eduardo. *Venas abiertas de América Latina*. Siglo XXI. España, 1971.
- Gauthier Gilles. *Comunicación y Política*. Gedisa. España, 1998
- Giddens, Anthony. *La transformación de la intimidad*. España 1995
- González Casanova, Pablo. *Las elecciones en México, evolución y perspectivas*. México, 1985
- González, José M. *Teorías de la democracia*. España 1988

- Habermas, J. *Historia y crítica de la opinión pública*. Gedisa. Barcelona, 1981.
- Hall, S. (1977), "Codificar y decodificar", en Delfino, S. *La mirada oblicua*, Buenos Aires, 1993
- Herrera, Amílcar. *Las nuevas tecnologías y el futuro de América Latina*, Riesgo y Oportunidad. 1994
- Huajuca, Mario y Woldenberg, José. *Estado y Lucha Política en el México Actual*. México, 1979.
- Islas Molina, Luis. *Desarrollo de la comunicación política*. disponible en www.razonypalabra.org.mx
- Katz, E. y Lazarsfeld, P. *Personal Influence*. New York. 1955.
- Kraus, S. y DAVIS, F. *The effects of mass communication on political behavior*. Pennsylvania State University, 1976.
- Landow, George P. *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Paidós. Barcelona, 1992
- Laswell, H.D. *Propaganda technique in the world war*. New York, 1927.
- Laswell, H.D. y Leites, N. *Language of politics: Studies in quantitative semantics*. Cambridge, 1949.
- Lazarsfeld, P. F.; Berelson B. y Gaudet, H. *El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*, Buenos Aires, 1968.
- Lazarsfeld, P.F.; Berelson, B. y Gaudet, H. *The people's choice*. New York. 1944.
- Lechner, N. *Los patios interiores de la democracia*. Chile, 1988
- Lippmann, W. *Public opinion*. New York, 1922.
- López Guerra, L. *Las campañas electorales en Occidente (Popaganda política en la sociedad de masas)*. Barcelona, 1977.
- López, Xosé. *Nuevos medios de comunicación para intervenir en la sociedad mundializada*. Año III. Volumen 2, 2001. disponible en www.saladeprensa.org
- Martín Barbero, J. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona, 1987.
- Martin Serrano, M. *Presentación de la Teoría Social de la Comunicación*. Madrid, 1986.

- Meadow, R.B. *Politics as communication*. Norwood. 1980.
- Montero, J. R. *Partidos y participación política: algunas notas sobre afiliación política en la etapa inicial de la transición española*. Madrid
- Moragas, M. *Sociología de la comunicación de masas*, GG Mass Media. Barcelona, 1979.
- Mouchon, Jean. *Política y medios, los poderes bajo influencia*. Gedisa. España 1998
- Muñoz-Alonso, Alejandro y Rospir, Juan Ignacio. *Comunicación Política*. GG. España, 1992
- Navarro Zamora, Lizy. *Los periódicos on line: sus características, periodistas y sus lectores*. Año III. Volumen 2, Agosto de 2001. Disponible en www.saladeprensa.org
- Nimmo, D. *Political communication and public opinion in America*. Santa Monica. Goodyear, 1978.
- Nimmo, D. *The political persuaders*. Cliffs. Englewood, 1970.
- Nohlen, Dieter. *Sistemas Electorales y Partidos Políticos*. Fundación Friedrich Ebert. Alemania, 1984
- Núñez Jiménez, Arturo. *La reforma electoral 1989 1990: una visión de la modernización de México*. México, 1993
- O'Donnell, Guillermo y Schmitter, Philippe. *Transiciones desde un gobierno autoritario*, vol.4, "Conclusiones tentativas sobre las democracias inciertas". México, 1986.
- O'Donnell, Guillermo y Schmitter, Philippe. *Transiciones desde un gobierno autoritario*, vol.4, "Conclusiones tentativas sobre las democracias inciertas". México, 1986.
- Orozco Gómez, G. *Televisión y audiencias: Un enfoque cualitativo*. Gedisa. Madrid, 1996.
- Pablos, José Manuel De. *La Red es Nuestra*. Gedisa. España, 2001.
- Paletz, D. *Political Communication Research*. Norwood, Ablex, 1987.
- Panebianco, A. *Comunicación política* in BOBBIO-MATEUCCI. *Diccionario de política*. Madrid, 1982.
- Péninou, George. *Semiótica de la Publicidad*. Gustavo Gilli. España, 1976.

Reyes del Campillo, Juan. *Modernización política en México: elecciones, partidos y representación*. México, 1996.

Reyes Heróles, Jesús. *Obras Completas Política II*. Fondo de Cultura Económica.

Riera Jorba, Andreu. *Boletín del Criptonomicón* no. 90

Ríos José y Cebrian M. *Nuevas Tecnologías aplicadas a las didácticas especiales*. Taurus. España. 2000.

Sánchez de Armas, Miguel Ángel. *Comunicación y Globalidad. Ensayos de ecología cultural*. México 1998.

Sartori, Giovanni. *Elementos de Teoría Política*. Gedisa. España, 1992.

Sartori, Giovanni. *¿Qué es la democracia?*. Siglo XXI. México, 2003.

Serra Rojas, Andrés. *Teoría General del Estado*. México, 1964

Taras, Davis y Patterson en Gauthier Gilles. *Comunicación y Política*. Siglo XXI. España, 1998.

Tarde, Gabriel. *L'Opinion et la Foule*. Alcan. París, Francia, 1991.

Thompson. John B. *El escándalo político*. España, 2001.

Thompson, John B. *Ideología y cultura moderna*. UAM-X. México, 2002

Touraine, Alain. *¿Podemos vivir juntos?*. Taurus. México, 1997.

Trejo Delarbre, Raúl. *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet, la red de redes*. Cal y Arena. México, 1996.

Trejo Delarbre, Raúl. *Podere Salvajes. Mediocracia sin contrapesos*. Cal y Arena. México, 2004

Trejo Delarbre, Raúl. *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*. Cal y Arena. México, 2001

Trejo Delarbre, Raúl. *Vivir en la Sociedad de la Información Orden global y dimensiones locales en el universo digital*. Número 1 Septiembre; Disponible en: www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm 2001

Valdez, A. La evolución de la mercadotecnia política en México, en Revista Mexicana de Comunicación, No. 63, pp. 12-17, disponible en: www.razonypalabra.org.mx

Vega, Aimé. Los escenarios de la comunicación política mexicana. No. 35 octubre-noviembre 2003, disponible en: www.razonypalabra.org.mx

Verón, E. *El análisis del contrato de lectura*. Un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media, Visión Libros. Buenos Aires, 2001.

Villanueva, E. "Límites jurídicos de la libertad informativa en la red de redes" en suplemento de El Nacional, número 3, página IV, 12 de abril de 1998

Woldenberg, José. *Después de la transición. Gobernabilidad, espacio público y derechos*. Cal y Arena. México, 2006.

Woldenberg, José. *Para entender los partidos políticos y las elecciones de los Estado Unidos Mexicanos*. Nostra. México, 2006.

Wolton, Dominique y Ferry, Jean-Marc. *El nuevo espacio público*. Editorial Gedisa. España, 1989