

Mitos y carencias

Manuel MARTIN SERRANO

REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACIÓN Y DE SUS CONTENIDOS:

MARTIN SERRANO, Manuel (1989): "Mitos y carencias", en DÍAZ NOSTY, Bernardo (dir.): *Comunicación social 1989/Tendencias. Informes anuales de Fundesco*. Madrid: Fundesco, pp. 204-212.

Recuperado el _ de _____ de 2 __, de <http://eprints.ucm.es/11066/>

UTILIZACIÓN DE ESTE DEPÓSITO:

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones, que corresponden a la licencia *Creative Commons* que protege este texto:

Reconocimiento. Debe reconocer y citar al autor original, utilizando la "**REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACION Y DE SUS CONTENIDOS**" (véase recuadro superior).

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

VINCULACIÓN DE ESTE DEPÓSITO CON OTROS TEXTOS DE MANUEL MARTÍN SERRANO REFERIDOS A “MEDIACIONES TECNOLÓGICAS”

Presentación y estudio documental por Daniel Franco Romo

En E-Prints se tiene acceso a una selección de la obra original de Manuel Martín Serrano (véase: “Publicaciones de Manuel Martín Serrano disponibles en E-Prints. Selección sistematizada”*, en <http://eprints.ucm.es/11107/>).

Una parte importante de dicha obra está referida a las **mediaciones sociales**. En el apartado **MEDIACIONES TECNOLÓGICAS** el autor está dando seguimiento teórico a las transformaciones de las tecnologías de la comunicación y de la información desde los años ochenta. Se han seleccionado y depositado en E-Prints los siguientes textos:

“Innovación tecnológica, cambio social y control social” (<http://eprints.ucm.es/11064/>) es una exposición sistemática de esas relaciones macrosociológicas, publicada en 1985, cuando se discutía cómo sería el futuro que iban a traer las ya denominadas “nuevas tecnologías de la información y de la comunicación”. El valor premonitorio de estos análisis se manifiesta en este breve texto: “La nueva era no va a ser de la comunicación, sino la de la conexión” (<http://eprints.ucm.es/11065/>).

En uno de sus artículos que nos parece más importantes, el autor relaciona la expansión económica basada en la información con la posibilidad de medirla. Dicho análisis puede leerse en “Cuándo el valor de cambio de la información puede ser medido” (<http://eprints.ucm.es/11067/>). El artículo completo de donde ha sido extraído es precisamente “Mitos y carencias”.

Finalmente, “La ampliación de la realidad en la que vivimos con otro universo virtual” (<http://eprints.ucm.es/11069/>) es un ejemplo de la perspectiva sociohistórica y la forma macrosociológica en la que el autor estudia las mediaciones tecnológicas de la comunicación; en este caso, utilizando ese enfoque para analizar los vínculos entre globalización, mediación y las aplicaciones de las tecnologías informativas/comunicativas.

REFERENCIAS para enlazar este documento con los que cita y con aquellos que le citan

- “Las funciones sociales que cumplen los medios de comunicación de masas” (<http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n9p199.pdf>).
- “Prólogo para *La mediación social* en la era de la globalización” (<http://eprints.ucm.es/10651/>).

*Esta selección y sistematización de publicaciones de Manuel Martín Serrano se basa en los análisis realizados por los especialistas que han participado en dos monográficos dedicados a la obra del autor: el primero editado por *Anthropos* y preparado por Esteban Mate y el segundo por *Chasqui*, coordinado por Francisco Bernete. Manuel Martín Serrano ha supervisado los trabajos.

MITOS Y CARENCIAS

Manuel Martín Serrano

204

Doctor en Ciencias, Letras y
Filosofía. Catedrático de Teoría
de la Comunicación en la Facultad
de CC. de la Información de
Madrid.

(1) El análisis cuantitativo y cualitativo de la producción bibliográfica de comunicación, en las citadas lenguas, está incluido en la investigación que «sobre efectos en la comunicación de la innovación tecnológica» he realizado con la colaboración del profesor D. Miguel Ángel Sobrino. El estudio es propiedad de RTVE.

(2) Los temas predominantes en la bibliografía de la comunicación permiten captar las preocupaciones peculiares de cada época. En los años setenta fue muy característica la referencia a «políticas comunicativas». Este tópico solía articular análisis en torno a control de los medios/dominación política y cultural.

1. NUEVAS TECNOLOGÍAS, TEORÍA E INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

1.1. *Orientación dominante en la producción bibliográfica durante la década de los ochenta*

Esta década que ahora concluye seguramente ha aportado a la bibliografía sobre comunicación más títulos que todos los que se sumaron en periodos precedentes. Un recuento de los libros y artículos especializados publicados en inglés, francés, alemán y español muestra que ese incremento se debe a la multiplicación de trabajos que tratan sobre un mismo tópico: el empleo, y los efectos consecuentes al empleo, de las llamadas «nuevas tecnologías» de la comunicación (1). En realidad, otra producción científica referida a la teoría y metodología de la comunicación ha sido en cantidad, y probablemente en calidad, inferior a la que legó la década de los años setenta (2).

Los trabajos relativos a las «nuevas tecnologías de la comunicación» suelen referirse a alguna variante de este esquema:

- Posibilidades de aplicación de las innovaciones tecnológicas en la adquisición, procesamiento, distribución y recuperación de información para la comunicación, sea privada o pública.
- Transformaciones de la producción y/o del consumo de bienes que proveen de información para la comunicación.
- Consecuencias (económicas, políticas, cognitivas, sociales o de cualquier otro género) que se consideran relacionadas con aquellas transformaciones.

Este esquema es válido para la producción bibliográfica de Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Alemania, Italia, Japón y también de España (3). En todos estos países, sus respectivos gobiernos —unos conservadores, otros socialdemócratas— han proporcionado financiación pública para promover estudios de los

efectos de las nuevas tecnologías en general, y de las tecnologías para la comunicación en especial. También hay en todos estos países políticas de reconversión industrial coincidentes en la función que les reserva a la producción de bienes destinados a la oferta de información y a la propia información como bien. Se considera que la promoción de «las nuevas tecnologías» constituye una estrategia «dinamizadora», para salir de la crisis económica.

1.2. *Evaluación de la bibliografía referida a las nuevas tecnologías de la comunicación*

El esquema analítico que he mostrado permite recuperar en los repertorios documentales de los mencionados países una bibliografía que supera los tres mil títulos. Tal volumen de trabajos referidos al tópico «nuevas tecnologías/comunicación», haría suponer que todo lo interesante ya estará dicho con sobrada redundancia. Sin embargo, el estudio de los temas, hipótesis y conclusiones de una muestra muy amplia y representativa de esa producción bibliográfica indica que se han dejado de lado las cuestiones metodológicas y una importante parcela de las teóricas. Por ejemplo, el conjunto de los trabajos analizados que dicen interesarse en los efectos de las nuevas tecnologías de la comunicación están sistemáticamente orientados al análisis de: 1, la incorporación de las tecnologías de la información en las empresas; 2, los cambios en los hábitos de consumo de información en los hogares.

Ciertamente, estos efectos de las innovaciones tecnológicas en la práctica de la comunicación son un interesante objeto de investigación. El estudio podría alcanzar incluso relevancia teórica a condición de que el investigador plantee su análisis con una perspectiva suficientemente abierta. Pero precisamente sucede que ese vuelo teórico es raro; son los efectos más inmediatos de la transformación tecnológica los que, al parecer, interesaba prever (4).

Salvadas todas las excepciones que sean de rigor, estos trabajos no han contribuido signifi-

(3) Efectivamente, en España, durante la década de los ochenta, se está siguiendo esa misma pauta de producción bibliográfica. Entre nosotros se ha atendido sobre todo a los efectos económicos que se supone se van a derivar de las innovaciones tecnológicas para la comunicación. En concreto, casi la totalidad de los títulos se refieren a uno de estos dos tópicos: 1) Efectos sobre la economía de la ampliación de la oferta (de nuevos aparatos, de nuevos servicios comunicativos, de nuevos productos destinados al consumo de información). 2) Efectos sobre el sistema productivo en general, y sobre el sistema productivo de noticias en particular, de la incorporación de las nuevas tecnologías comunicativas. Los trabajos que se refieren a otros posibles efectos (cognitivos, culturales, en las relaciones interpersonales, sobre las organizaciones e instituciones sociales) son muy escasos.

cativamente —ni con nuevos planteamientos ni con nuevas ideas—, a elevar el nivel de reflexión sobre las funciones que las nuevas tecnologías cumplen y las que podrían cumplir en la producción social de comunicación. El contexto teórico que se utiliza para analizar las nuevas tecnologías suele ser microsociológico. No existe la intención de relacionar solidariamente las transformaciones en la producción de comunicación, y la producción y reproducción social.

La pérdida de esta perspectiva macrosociológica puede ser valorada como un paso atrás con respecto al enfoque que tuvo el examen de las tecnologías comunicativas en la década de los setenta. Probablemente este aplanamiento teórico tenga mucho que ver con el empleo al que estaban destinadas tantas investigaciones sobre las innovaciones tecnológicas relacionadas con la comunicación. El «a priori» de las investigaciones financiadas con dinero público era una cuestión de hecho: los gobiernos ya habían establecido que se busca la vinculación entre innovación tecnológica en la comunicación y reactivación económica.

1.3. *Cuando el estudio de los efectos sirve para ocultar el análisis de las causas*

206

La investigación sobre la transformación tecnológica de la comunicación ha quedado ligada a una determinada política económica ideada para salir de la crisis. Esta circunstancia ha contribuido a cegar otras orientaciones de la investigación que deberían haber sido previas. Por ejemplo, habría sido útil reflexionar con anterioridad sobre esta cuestión de principio:

Por qué razón se ha llegado a proponer que sea precisamente la innovación tecnológica en la comunicación a la vez el instrumento y el objetivo del cambio social?

«La incorporación de las nuevas tecnologías para la comunicación» se plantea desde los gobiernos como un plan económico para la renovación del aparato productivo. Pero, además,

(4) Por ejemplo, las consecuencias de sustituir tal o cual técnica de edición en color por tal o cual otra; las previsiones sobre el incremento del parque de vídeos y su reflejo en la producción cinematográfica y la audiencia de TV; etc.

(5) Por ejemplo, «la incorporación de España al tren de las nuevas tecnologías». Ésta ha sido una propuesta política del Gobierno que explícitamente perseguía, entre otros, dos objetivos: a) *reconvertir* el aparato productivo para que la industria española se *incorporase* a la fabricación de componentes «de punta»; b) renovar el equipamiento público para *modernizar* la gestión; y el equipamiento privado para *homologar* los niveles de vida de España y de Europa.

(6) Puede encontrarse una referencia a este tema en Manuel Martín Serrano, *Comte, el Padre negado*. Ed. Akal. Madrid.

se ofrece como un programa político de transformación de la sociedad, que traerá una nueva bonanza y bienestar (5). Tal planteamiento representa una propuesta de cambio social a largo plazo. En consecuencia, «promover la incorporación de nuevas tecnologías para la comunicación» ha requerido, a la vez, la elaboración de un proyecto técnico de «reconversión tecnológica» de las empresas y, al tiempo, la elaboración de un proyecto propagandístico de «reconversión ideológica» de los ciudadanos a la fe en una futura Arcadia tecnológico-comunicativa.

Mito y plan son componentes igualmente presentes e igualmente necesarios para llevar adelante ese proyecto de cambio social. Son las dos caras que tiene la referencia a las «nuevas tecnologías de la comunicación». Conviene rasgar el velo que oculta la cara del mito para entender por qué hay un plan que pretende hacer de la comunicación a la vez el instrumento y el objetivo del cambio social.

2. LA CARA OCULTA DE LOS PROGRAMAS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

La referencia a los efectos que van a producir las nuevas tecnologías de la comunicación ha sido, durante estos años, además de un tema de estudio, un tópico alimentado para encandilar deseos y reclutar clientelas. Una desmesura que mucho abarca y poco ase porque de proponer un mito se trata. La desmesura se muestra en la promesa utópica de un futuro mejor, consecuencia supuestamente cierta de la reconversión tecnológica. Promesa que a veces está explícita y a veces está sobrentendida, cuando se da por supuesto que por el nuevo impulso que cobrará la economía, reorientada hacia el sector de las comunicaciones, renacerá la prosperidad colectiva; cuando se asegura que por la abundancia de la oferta de información se multiplicarán las ocasiones de fruición y de cultura para cada cual; cuando se sugiere que por la instalación de tanto equipamiento colectivo y privado para el intercambio

de información va a facilitarse la comunicación entre las personas y de las personas con las instituciones. En definitiva, de «la innovación tecnológica de las comunicaciones» se ha hecho un mito en el más preciso sentido del término.

2.1. Fuentes ideológicas del mito de las nuevas tecnologías

La estructura conceptual del mito de las nuevas tecnologías es muy fácil de identificar. Pertenecen al modelo de los mitos prometeicos. Apela a esperanzas, siempre renacidos en las épocas de crisis, y siempre frustradas en las de bonanza. Todos los mitos prometeicos sugieren que cuando la sociedad se haya equipado de las herramientas adecuadas usará de ellas de tal forma que renacerá un nuevo orden de más abundancia y mayor cooperación. Una falacia patética, porque regresa una y otra vez en la historia de la humanidad, para negar que la infelicidad individual sea cosa de instintos frustrados y que la agresividad colectiva sea cuestión de bienes escasos.

Desde el inicio de la primera revolución industrial el mito de Prometeo adquiere la forma específica de «programa para el desarrollo», propuesto por las elites tecnocráticas. Por eso la vinculación más próxima del mito de las nuevas tecnologías le emparenta con la ideología de la tecnocracia. Las evidentes semejanzas que cabe encontrar entre «la mística del desarrollo» de los años 60 y el modelo de cambio social que ha orientado la reconversión industrial se explica por esa identidad de los orígenes. Todas las crisis económicas que se vienen reiterando desde hace ciento cincuenta años han requerido sucesivas «reconversiones», cuyos costos económicos y humanos se han justificado cada vez apelando, precisamente, a la misma táctica mítica de control. Resultará esclarecedor dedicar unas líneas a esos antecedentes.

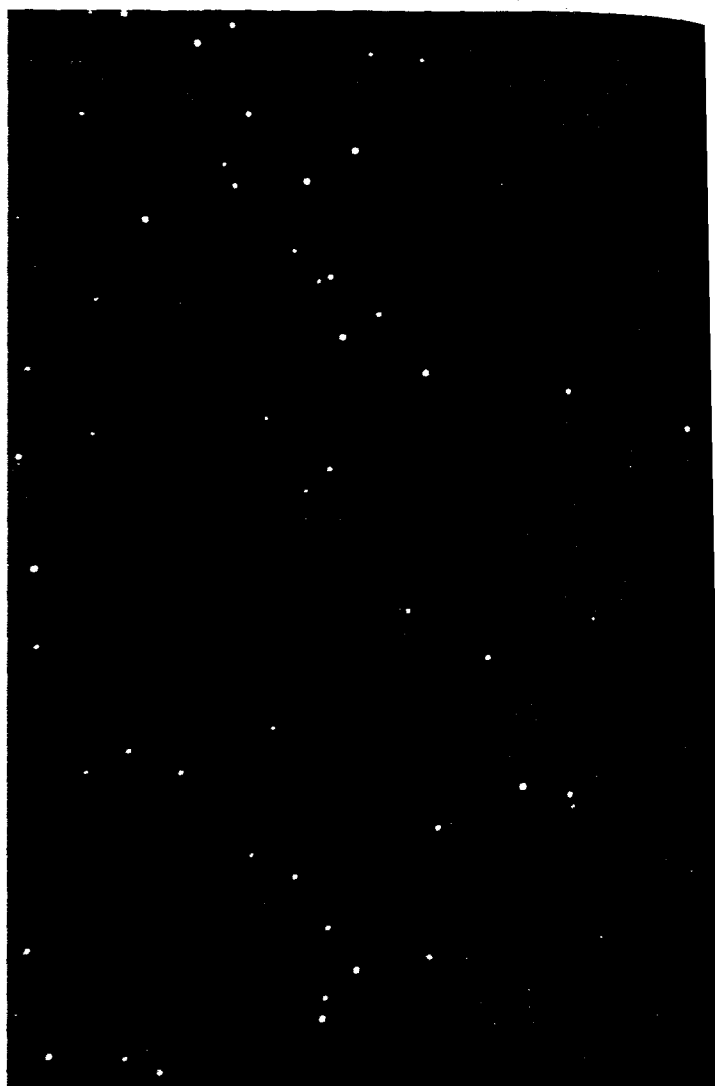
La incorporación de innovaciones tecnológicas era el procedimiento que Comte proponía desde 1840 para transformar políticamente la sociedad (6). Este programa fue denominado

«progresismo», y se constituyó, a partir de la crisis de 1984, en la denominada «teoría científica del cambio social». Desde entonces, el «progresismo» ha sido asumido por los sucesivos partidos que han venido representando los intereses del capitalismo más avanzado. Todos ellos han propuesto la «planificación social» como alternativa a la «revolución social»; todos han vinculado innovación tecnológica, orden y progreso, con independencia de que representasen los intereses del capital industrial y financiero y que ahora gestionen los intereses del capital multinacional.

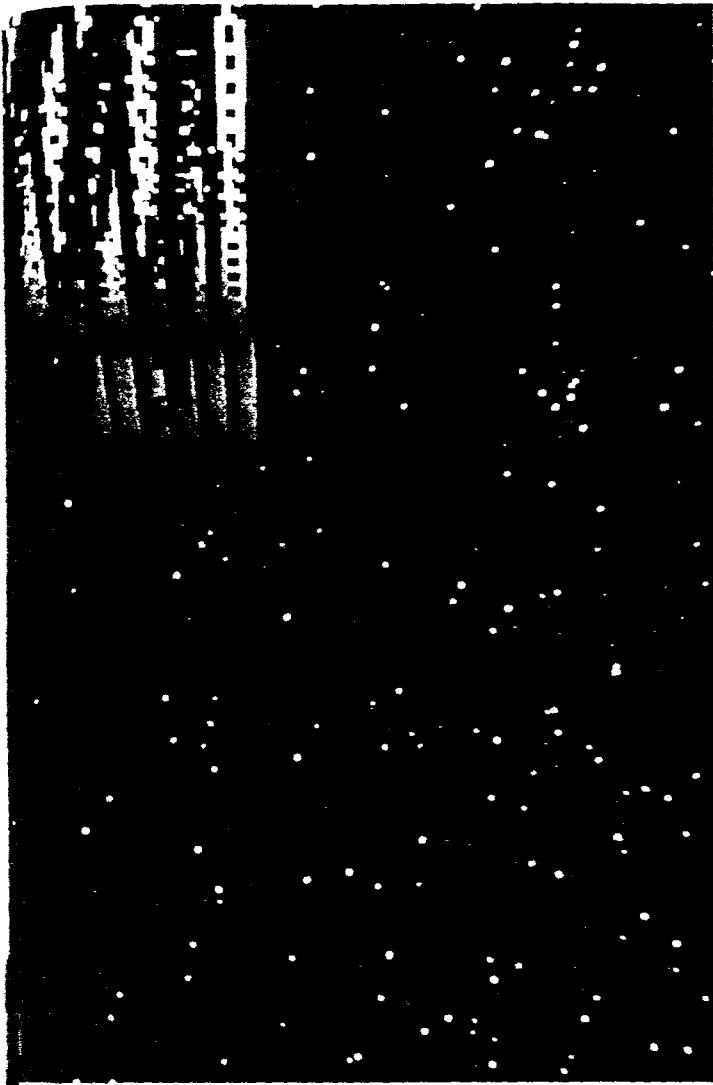
El programa comtiano fue criticado desde el mismo momento en que vio la luz por el socialismo «moderado», aquel que en su día inspiraría a la socialdemocracia. Por ejemplo, movilizó en su contra a los favianos. Precisamente J. Stuart Mill fue quien, por primera vez, llamó «tecnócratas» a quienes creían que el progreso social era cosa de máquinas. J. Stuart Mill alegaba que el socialismo se caracteriza y se justifica por su rechazo de los programas de cambio social fundados en la mera innovación tecnológica.

Aproximadamente ciento cincuenta años después de ese debate entre el «progresismo neocapitalista» y el «humanismo socialista», los partidos socialdemócratas han asumido el programa tecnocrático, confiando en la reconversión tecnológica como argumento y contenido del cambio social. Como estas líneas no están escritas con el ánimo de sacar los colores a nadie, me limitaré a señalar que la reflexión sobre la capacidad de las innovaciones tecnológicas para cambiar la sociedad es uno de los temas sobre los que más, y con más agudeza, se ha escrito desde el inicio de la revolución industrial. Hay acumulada, tanto hacia la derecha como hacia la izquierda del pensamiento sociológico, una reflexión que ha sido poco aprovechada para entender y prever el efecto de las nuevas tecnologías.

He mostrado que el futuro que se está prometiendo para cuando estén implantadas las nuevas tecnologías de la comunicación es la variante más reciente de una utopía tecnocrática. Esta comprobación justifica la necesidad de



«MENINA». JUAN CARLOS EGUILLOR. FUNDESCO



que se reflexione sobre la pregunta que he propuesto:

Por qué razón renace ahora la utopía de la transformación social mediante la innovación tecnológica, *precisamente, en relación con el desarrollo y la implantación de las nuevas tecnologías de la comunicación?*

Esta pregunta se refiere a la relación que existe entre los programas de cambio tecnológico y los mitos del cambio social. Se comprende que en el caso que nos ocupa, existe congruencia entre una política económica orientada a la incorporación de tecnologías que tienen que ver con la información, y una política ideológica ocupada en magnificar el valor social de la comunicación y el valor de uso de la información.

Es muy fácil captar esta correspondencia tan obvia que existe entre los objetivos que se persiguen con los programas de política económica y los que se proponen en los programas ideológicos. Pero hay otra relación más profunda y más compleja entre los *modos* de gestionar la reproducción social, y los *modelos* que se producen para interpretar cómo es el mundo y hacia dónde se encamina.

Desde esta perspectiva de la función del mito en la reproducción social, la cuestión puede plantearse de otra manera, más conveniente para el análisis que sigue:

Qué es lo que se quiere cambiar (o preservar) en la organización y en el funcionamiento de las sociedades que han sufrido la crisis económica de los setenta, cuando se está afirmando que la comunicación es, a la vez, la herramienta y el objetivo del cambio social?

En el marco más amplio de las interpretaciones del mundo que convienen a la reproducción social en un momento histórico determinado, el mito de las nuevas tecnologías es sólo una más de las representaciones que se articulan entre sí —a veces contradictoriamente—, para

generar esa visión del mundo. Por ejemplo, el mito de las nuevas tecnologías de la comunicación promete una sociedad que Moles denomina de «opulencia informativa». Esta idea se emparenta con la concepción que de la cultura tiene la «postmodernidad», como un supermercado del conocimiento surtido de todos los productos del saber y de la opinión, empaquetados en «fragmentos» que cada cual elige y combina a su modo.

3. LA CARA VISIBLE DE LOS PROGRAMAS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

3.1. *Cuándo el valor de cambio de la información puede ser medido*

Las actividades sociales que se relacionan con la adquisición, procesamiento, transmisión y uso de la información adquieren nueva relevancia económica. Este cambio hay que relacionarlo con un fenómeno nuevo: la definitiva incorporación al sistema productivo de la información *como un bien*. El producto «información» ha llegado a ser equiparable a cualquier otro bien, en tanto que ya cabe establecer sin ninguna aleatoriedad su valor de cambio.

Naturalmente la información destinada a un empleo social siempre tuvo un valor de uso; y también, en ocasiones, un valor de cambio que a veces se correspondía con el costo de producción, de distribución y de adquisición. Pero la condición de *bien* del producto «información» sólo podía quedar establecida universalmente cuando el *valor de la producción* de cualquier clase de información fuese comparable en el mercado con el valor de la producción de cualquier clase de otro bien (por ejemplo, de una silla, de una bebida). Para ello, se requería que la valoración de la información pudiese establecerse con independencia de su contenido. Por ejemplo, se requería que cuando surgiese la necesidad de establecer qué valía más —una carta comercial o una página de Machado—, esa valoración se pudiese establecer comparando la *cantidad* y no la calidad de información que contenían ambos bienes.

(7) Como se sabe, la medida (cuantitativa) de la información es un valor que indica la complejidad del objeto. Puede expresarse como una derivada del total de discriminaciones sucesivas que son necesarias para reducir la incertidumbre, es decir, para que el objeto quede identificado sin ambigüedad. «Cantidad de discriminaciones sucesivas» y «tiempo de ocupación del canal de comunicación» son valores solidarios en el modelo de Shannon.

La posibilidad de comparar cuantitativamente la información de cualesquiera bienes destinados a un uso comunicativo existía desde Shannon. Este autor encuentra el cálculo que establece la relación entre la complejidad de la información y su coste. *Cantidad de información y tiempo de ocupación de una línea o de un proceso de cálculo son conceptos intercambiables* (7).

Shannon proporcionó la medida necesaria para que fuese comparable la cantidad de información de productos cualitativamente tan diversos como un disco, una conferencia telefónica y la reproducción de un cuadro. Pero, además, la misma herramienta conceptual que permite cuantificar el costo de la información, puede utilizarse para que el propio concepto de «valor de cambio» de *cualquier bien* encuentre una medida cuantitativa más precisa que el concepto de «tiempo social medio de trabajo». Por esa razón, cada vez va a ser más común la comparación económica del valor de los bienes en términos de la cantidad de información que incorpora su producción o que proporciona su consumo. Este proceder va a ampliar el campo de las prácticas donde es pertinente tomar en cuenta criterios informacionales a toda actividad en la que la producción de un bien sea traducible a un programa. En consecuencia, *cada vez será más usual que cuando exista una referencia al universo de la información se esté mencionando todo el universo de lo programado; e incluso de lo programable.*

3.2. *Cuándo existen las condiciones técnicas que permiten explotar un mercado de la información*

La existencia de la herramienta teórica que permite establecer una unidad universal para medir el valor de toda posible información era una condición necesaria para que en el modo de producción capitalista se pudiese incorporar la producción de información como una práctica de *naturaleza económica*. Pero no era condición suficiente. Hubo que aguardar casi

treinta años desde la fecha en que Shannon publicó «La teoría matemática de la comunicación» hasta el momento en que el capital multinacional se decide a transformar definitivamente «el sector de las comunicaciones», en un espacio dedicado a las inversiones productivas. Para que el valor económico de la producción, distribución y utilización de información fuese equiparable con el de cualquier otro bien, además se requería que existiese una red de distribución suficientemente desarrollada. La naturaleza del producto «información» requiere de una infraestructura propia. Cuando canales y aparatos receptores eran diferentes para la información que llegaba como texto, como palabra, como imagen, como número, no existían las condiciones de infraestructura adecuadas para que se pudiese plantear un mercado de la información. Ese objetivo queda expedito cuando se resuelven los problemas tecnológicos; por una parte, la conexión entre todas las redes; por otra, la transformación de signos icónicos en alfanuméricos (y viceversa). Ambas hazañas tecnológicas van a tener a largo plazo efectos culturales, cognitivos y sociales. Pero, desde ahora mismo, ya han comenzado a manifestarse unas consecuencias macroeconómicas que conviene captar.

En su momento van a unificarse los sistemas informativos, los sistemas de comunicación de masas, los sistemas de comunicación privada, en un único macrosistema, por el que terminará circulando indistintamente información analógica y digital, icónica y abstracta.

La interconexión de todas las redes por las que circula información y la traducción de la información que está elaborada en un lenguaje a cualquier otro, no constituyen «revoluciones tecnológicas». Tales avances no son innovaciones equiparables a las que, en su día, supusieron la radio o la televisión. Y sin embargo, estos logros tecnológicos menos espectaculares probablemente van a transformar más profundamente la práctica de la comunicación. Precisamente esos avances son los que crean las condiciones necesarias para que el ámbito de las comunicaciones se rija, cada vez más, por las leyes económicas de la producción.

3.3. *La verdadera «revolución» que cabe esperar de las nuevas tecnologías para la comunicación*

Si se quiere, las impropriadamente denominadas «nuevas tecnologías de la comunicación» han creado las condiciones para que el control sobre la producción de bienes comunicativos se transfiera de las instituciones públicas a las empresas privadas. El efecto «revolucionario» de las nuevas tecnologías de la comunicación se manifiesta en el dominio de la economía más bien que en el de la tecnología. En la medida en que los nuevos gestores privados garanticen la provisión de aquella información que se necesita para la reproducción social, la administración de los Estados donde rija la llamada «economía de mercado» carecerán de argumentos para conservar la explotación de aquellos servicios que las instituciones públicas tuvieron que mantener activos cuando cierta clase de productos comunicativos carecían de *interés* económico.

Después de haber hecho estas reflexiones se comprende que el análisis de los *efectos* de las nuevas tecnologías remite a un orden de problemas más complejos y trascendentales. El «efecto» previsible de la innovación tecnológica en la comunicación será consecuencia de la «causa» que motivó la forma en la que se está

llevando a cabo la reorganización económica, tecnológica e institucional de la comunicación. Y esa «causa» es nada menos que *la definitiva apropiación por la forma de producción capitalista en su etapa monopolista de la información como un bien que posee un valor de cambio*. Cambio socioeconómico que ha pasado desapercibido a pesar de su trascendencia —o tal vez por su propia trascendencia—. Durante algún tiempo —no muy largo—, las inversiones en «el sector de las comunicaciones» van a garantizar una elevada tasa de beneficios. Esa rentabilidad se prolongará hasta la próxima crisis de sobreproducción; cuando se alcance un número de valores «*información*» y de valores de «*bienes para el manejo de información*» que haga caer nuevamente la tasa de ganancias. Crisis que, desde ahora mismo, ya puede ser anunciada.

A partir de este planteamiento, las preguntas que cabe formular son distintas a las que suelen encontrarse en los trabajos sobre los «efectos» de las nuevas tecnologías. Por ejemplo, es obvio interesarse en las consecuencias que van a derivarse de que rijan en las comunicaciones, sin la interferencia de otros criterios, las leyes económicas de la producción de bienes. Naturalmente, el examen de esta y otras cuestiones no es para esta ocasión.