

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
Departamento de Periodismo II
(Estructura y Tecnología de la Información)



TESIS DOCTORAL

**Tratamiento de los contenidos culturales en soportes
periodísticos de carácter digital**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Lucía Carrera Romero

Director

Javier Fernández del Moral

Madrid, 2017

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Periodismo II



TESIS DOCTORAL

**Tratamiento de los contenidos culturales en soportes periodísticos de
carácter digital**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Lucía Carrera Romero

DIRECTOR:

Javier Fernández del Moral

Madrid, 2016

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Periodismo II



TESIS DOCTORAL

Tratamiento de los contenidos culturales en soportes periodísticos de carácter digital

Memoria Presentada por

Lucía Carrera Romero

Director:

Javier Fernández del Moral

Madrid, 2016

CARRERA ROMERO, LUCÍA

**“TRATAMIENTO DE LOS CONTENIDOS CULTURALES
EN SOPORTES PERIODÍSTICOS DE CARÁCTER
DIGITAL”**

TESIS DOCTORAL

MADRID. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE. 2016 – 370 Págs.

La presente Tesis Doctoral nos ayuda a dilucidar la importancia y la presencia que se le otorga a la cultura dentro de Internet, considerada la Red de redes, donde nos centramos en una serie de medios de comunicación seleccionados previamente como forma de acceso principal a la información sobre el fenómeno cultural a lo largo de un determinado periodo de tiempo.

CULTURA

REDES

COMUNICACIÓN

MEDIOS

BRECHA DIGITAL

ESPECIALIZACIÓN

SOCIEDAD RED

ÍNDICE

I. Agradecimientos	...	Pág.12
II. Resumen	...	Pág.14
III. Abstract	...	Pág.19

1. INTRODUCCIÓN GENERAL

1.1 Presentación	...	Pág.25
1.2 Objetivos de la Tesis Doctoral	...	Pág.26
1.3 Justificación del Estudio	...	Pág.30
1.4 Hipótesis de Trabajo	...	Pág.32
1.5 Diseño de la metodología de Investigación	...	Pág.38

2. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

2.1 Definición e Implantación del Fenómeno de la Sociedad de la Información		Pág.42
2.1.1 Antecedentes de la Sociedad de la Información	...	Pág.42
2.1.2 Diferentes definiciones para un mismo fenómeno	...	Pág.45

2.1.2.1. Sociedad post – capitalista. Drucker	...	Pág.45
2.1.2.2. Galaxia Gutenberg y aldea Global. McLuhan	...	Pág.48
2.1.2.3. Sociedad Post Industrial - Daniel Bell	...	Pág.53
2.1.2.4. Sociedad de la Información – Yoneji Masuda	...	Pág.56
2.1.2.5. Sociedad informacional y Sociedad Red – Manuel Castells		Pág.57
2.1.3 Elementos de la Sociedad de la Información	...	Pág.60
2.1.4 Sociedad de la Información a nivel mundial	...	Pág.66
2.1.4.1 Sociedad de la Información en la Unión Europea		Pág.74
2.1.4.2 Sociedad de la Información en España	...	Pág.82
2.2 La cultura de masas ante las nuevas tecnologías	...	Pág.86
2.2.1 Definición de la cultura de masas	...	Pág.86
2.2.2 Evolución del concepto de cultura	...	Pág.91
2.2.2.1 Orígenes de la cultura dirigida a las élites	...	Pág.91
2.2.2.2 De la cultura de élites a la cultura de masas	...	Pág.93
2.2.2.2.1 La Cultura <i>mainstream</i>	...	Pág.94
2.2.3 Críticas al concepto de masa en la Sociedad Democratizada		Pág.97
2.2.3.1 Nietzsche	...	Pág.99
2.2.3.2 La Escuela de Frankfurt	...	Pág.101
2.2.3.3 Dwight Macdonald	...	Pág.104

2.2.3.4 Ortega y Gasset	...	Pág.107
2.2.3.5 Gustave Le bon y Freud	...	Pág.110
2.2.4 Visiones ante la cultura de masas	...	Pág.115
2.2.4.1 Introducción	...	Pág.115
2.2.4.2 Concepto de Apocalípticos	...	Pág.118
2.2.4.3 Concepto de Integrados	...	Pág.121
2.2.4.4 Diferencias y críticas a Apocalípticos e Integrados	...	Pág.124
2.3 La Brecha Digital	...	Pág.129
2.3.1 Introducción a la situación Internacional	...	Pág.129
2.3.2 Definición del concepto	...	Pág.133
2.3.3 Evolución del concepto	...	Pág.136
2.3.3.1 La Primera Brecha Digital	...	Pág.136
2.3.3.2 La Segunda Brecha Digital	...	Pág.140
2.3.3.2.1 Sectores a los que afecta la segunda Brecha Digital		Pág.144
2.3.3.2.1.1 Una brecha Digital de Género	...	Pág.144
2.3.3.2.1.2 Nativos Digitales	...	Pág.146
2.3.4 Soluciones planteadas hasta ahora a la Brecha Digital	...	Pág.150

2.3.4.1 Evolución de la Alfabetización Digital	...	Pág.150
2.3.4.1.1 Entorno de Alfabetización	...	Pág.150
2.3.4.1.2 Definición del concepto	...	Pág.151
2.3.4.1.3 Políticas de Alfabetización	...	Pág.155
2.3.5 La Tercera Brecha Digital. Brecha de calidad de Uso	...	Pág.159
2.3.6 La Brecha Digital en España	...	Pág.164
2.4. Enfoques sobre la Sociedad Red en la actualidad	...	Pág.173
2.4.1. Introducción	...	Pág.173
2.4.2. Los efectos de la Sociedad Red vistos por Nicholas Carr	...	Pág.175
2.4.3. Líneas de pensamiento defendidas por Carr	...	Pág.178
2.4.3.1. La Superficialidad en la Red	...	Pág.180
2.4.3.2. La automatización en nuestro intelecto	...	Pág.182
2.4.3.3. Influencia de otros autores en Carr	...	Pág.188

3. TRABAJO DE CAMPO

3.1 Análisis de Contenido	...	Pág.194
3.1.1. Definición y antecedentes	...	Pág.194
3.1.2 Consideraciones metodológicas del análisis	...	Pág.196

3.1.3 Desarrollo de la investigación	...	Pág.198
3.1.3.1 Campos de aplicación: Medios digitales	...	Pág.199
3.1.3.2 Tipos de Muestreo	...	Pág.215
3.1.3.3 Clasificación de los Resultados	...	Pág.217
3.1.3.4 Conclusiones del análisis	...	Pág.221
3.2 El Método Delphi	...	Pág.230
3.2.1 Definición y antecedentes	...	Pág.230
3.2.2 Consideraciones metodológicas sobre el método Delphi		Pág.233
3.2.3 Desarrollo de la investigación	...	Pág.237
3.2.3.1 Tipología de candidatos y ámbitos de estudio		Pág. 237
3.2.3.2 Diseño del cuestionario Inicial	...	Pág.241
3.2.4 Análisis y explotación de las respuestas	...	Pág.247
3.2.5 Resultados del método Delphi	...	Pág.249
4. CONCLUSIONES GENERALES	...	Pág.258
5. GLOSARIO DE CONCEPTOS	...	Pág.271
6. BIBLIOGRAFÍA RELEVANTE	...	Pág.276

7. FUENTES DE INTERNET	...	Pág.281
8. ANEXO PERIODÍSTICO	...	Pág.288
CONTRACUBIERTA	...	Pág.370

Agradecimientos

La presente tesis doctoral es el fruto del esfuerzo abordado durante varios años de trabajo en los que directa e indirectamente han participado numerosas personas, no sólo en la asesoría o en la colaboración metodológica sino también suponiendo un punto de apoyo fundamental a nivel personal.

Agradezco en primer lugar al tutor y director de la tesis D. Javier Fernández del Moral por la dirección de este trabajo, por su inmejorable guía en torno a la elaboración del tema escogido y en cuanto a las diferentes pautas de actuación.

Además de poner a mi disposición la posibilidad de mantener contacto con todas aquellas personalidades que han formado parte de esta investigación y la han convertido en un estudio con resultados mucho más fructíferos.

A aquellos que siempre están ahí, que me permiten ser lo que siempre he querido ser, con mucho esfuerzo, mucha paciencia y mucha ilusión han logrado suponer uno de los alicientes fundamentales para concluir con éxito este trabajo doctoral. Sin vuestra ayuda y vuestra confianza incansable nada de esto habría sido posible.

Gracias a todos

“Antes que ignoran más siento por eso, por no se reducir a breve suma; porque la confusión, con el exceso, los intentos resuelve en vana espuma; y aquel que de leer tiene más uso, de ver letreros solo está confuso.” (Lope de Vega: 1612: Fuente Ovejuna en Superficiales, Nicholas Carr.2014.)

I. RESUMEN

“Tratamiento de la información Cultural en soportes periodísticos de carácter digital”

(Programa de doctorado en Tecnologías, estructuras y tratamiento de la Información)

Lucía Carrera Romero

Palabras clave: *Cultura, medios de comunicación, Internet, brecha digital, conocimiento, sociedad Red, alfabetización digital*

Esta investigación analiza la imagen que se ofrece de la cultura a través de Internet, como un nuevo medio que puede ofrecer una gran cantidad de información cultural.

La llegada de un nuevo modelo de sociedad centrado en las nuevas tecnologías, conocida como sociedad Red, trae muchos cambios para los miembros de esta sociedad, los medios y el público.

Por lo tanto, la sociedad red es la responsable de una serie de cambios en cuanto a prioridades y modos de comunicación de estos medios. Hoy en día, algunos de los requisitos fundamentales de estos medios se centran en la accesibilidad y la sencillez de la información cultural.

Existen una serie de cualidades que quedan señaladas y destacadas en esta red y que, a su vez, hacen que el público reciba estos contenidos con mayor facilidad.

Así, una vez definidas las características de esta sociedad red, nos acercamos a definir el concepto de cultura, cómo ha evolucionado a lo largo de la historia, se ha entendido y se entiende en la actualidad dentro de la sociedad.

Queremos saber cómo el público recibe información cultural a través de Internet, por lo tanto, vamos a establecer una hipótesis principal de nuestro estudio:

“Actualmente, la realidad digital, donde Internet es el principal medio de comunicación, lejos de hacer al público más culto, establece una distancia entre la calidad de contenido y el conocimiento experto en temas de cultura. El público, en general, tiende a centrarse más en contenidos sencillos y superficiales”.

Esta idea nos lleva a estudiar si hoy en día Internet promueve la imagen de la cultura, o por el contrario, la información cultural se limita a la información superficial e información promocional con fines como intereses económicos, que son los pilares fundamentales de la sociedad dominada por Internet.

La teoría en que se basa nuestro estudio une varias áreas que deben ser conocidas a través de los resultados de nuestra investigación:

Por lo tanto, hemos creado tres líneas principales de esta investigación:

- La Sociedad Red: Es interesante conocer el progreso de la sociedad para poder entender los cambios que se producen en la sociedad Red respecto a la información, cultura, público...
- La cultura de masas: Denominamos la cultura de masas como diferentes manifestaciones culturales creadas para un público determinado. Esta situación plantea un sinnúmero de opiniones creadas acerca de los efectos sobre la sociedad (Nietzsche, Manuel Castells, Nicholas Carr...)
- Brecha Digital: Estudiamos la evolución del concepto para poder entender sus dimensiones y consecuencias. En primer lugar, la brecha digital se refiere a las diferencias entre los conectados y los excluidos de Internet.

La segunda brecha digital, se refería a las diferencias entre los distintos sectores de la sociedad e incluso las divergencias por géneros. Por último, está la tercera Brecha Digital que hace que los usuarios no sean capaces de evaluar la calidad de la información en Internet. Por lo tanto, conlleva la necesidad de desarrollar la labor de una alfabetización digital eficaz.

La metodología utilizada para la implementación de la base teórica que se mencionó anteriormente, se centra en dos métodos de investigación:

Análisis de contenidos: Como un método cuantitativo de investigación, necesitamos conocer la imagen que se ofrece de la cultura en Internet alrededor del mundo. Así, hemos basado nuestro análisis en la observación directa de los diferentes medios digitales para examinar la representación de la cultura en varios medios tanto especializados como generales.

En segundo lugar, hemos utilizado el Método Delphi para conocer la opinión de varios expertos en información cultural como son periodistas culturales, artistas o instituciones culturales.

Es necesario conocer su opinión acerca de la cobertura de la cultura en Internet hoy en día y sobre todo las perspectivas de este tipo de información para el futuro.

Los resultados obtenidos de todos estos métodos de estudio nos permiten establecer una serie de conclusiones generales que afirman la hipótesis principal de esta tesis que se centra en la importancia de la información cultural en Internet.

En consecuencia, mantenemos la idea establecida de que la cultura que se ofrece en Internet no pretende ser una información de alta calidad, sino que queda limitada por la tendencia digital hacia la superficialidad y atiende a los intereses inmediatos de las élites de la sociedad y el público.

Además, corroboramos la existencia de una Tercera Brecha Digital que conduce al público a adquirir y conformarse con la información fundamental que reciben de Internet. Puesto que no cuentan con las competencias informativas principales para reconocer la calidad de información en la red, que suele ser superficial y limitada.

Por lo tanto, como conclusión general, podemos establecer algunas ideas que hemos observado a lo largo de nuestro estudio de investigación:

1. Hoy en día, Internet no es un servicio de la cultura:

Internet no ofrece una buena imagen de la cultura; no proporciona un acceso óptimo al conocimiento cultural. Esta investigación confirma la visión apocalíptica (*Apocalípticos e Integrados* como dos conceptos establecidos por Umberto Eco acerca de la sociedad Red y la cultura de masas).

Una visión de expertos como Nicholas Carr, que consideran que existen ciertos efectos negativos de las nuevas tecnologías e Internet para los contenidos, información, cultura y público.

2. La imagen de la cultura es superficial:

La información cultural que Internet ofrece al público es superficial, se aleja de la especialización en la cultura y la información de calidad.

3. Existe una Tercera Brecha Digital:

Existe una tercera Brecha Digital que provoca que el público se aleje de la información cultural especializada y de calidad. Por lo tanto, se requiere un arduo trabajo de alfabetización digital del público.

4. Los periodistas culturales son elementos esenciales:

Existe la necesidad de fomentar la presencia de periodistas especializados como la figura profesional más importante para ofrecer información cultural.

5. La tendencia futura de la información cultural:

Las páginas web de información cultural especializada serán los medios más utilizados para ofrecer información de calidad acerca de la cultura; para fomentar esta tendencia, es necesario el trabajo de los profesionales culturales y mejorar la educación digital del público.

II. ABSTRACT

“Treatment of Cultural information in the journalist contents of digital character”

(Thesis PhD Program in Journalism an New Technologies)

Lucía Carrera Romero

Keywords: *Culture, media, communications, Internet, Digital Divide, Expertise, Network Society, Digital Literacy*

This research analyzes the image offered of culture by Internet, as a new media that can offer wide cultural information.

The arrival of a new model of a new model of society focused on new technologies, known as network society, brings many changes for the members of this society, the media and the public.

Thus, network society is the responsible for the changes of operation in procedures and in the priorities of these media. Nowadays, the priority is an important requirement as they are as well accessibility and simplicity for the cultural information.

There are a number of particular qualities that are remarked by the network, and have made the public receive with easiness these contents.

Once, the characteristics of the network society are defined, we will approach to the concept of culture, as it has been developed throughout history and as it has been currently understood.

We want to find out how the public receives cultural information through the Internet, consequently, we will establish a main hypothesis for our study:

“Current digital reality, where Internet is a primary means of communication far from making the public more educated, establishes a distance between the quality of the content and the expert knowledge on culture subjects. The public, in general, tend to focus more on light and superficial contents.”

This idea leads us to study whether nowadays Internet promotes the image of culture, or on the contrary, the culture information is limited to superficial and promotional campaigns or to economics interests which Internet dominate.

The theory on which this study is based, unites several areas that need to be known for understanding the results.

Therefore, we set three main lines in this research:

- The Network Society: It is interesting to know the progress of the society, for understanding the changes of the Network society concerning to information, culture, public...
- Mass Culture: We define the concept of mass culture as a different cultural manifestations created for a public. This situation raises many opinions about the effects on society (Nietzsche, Manuel Castells, Nicholas Carr...)
- Digital Divide: We study the evolution of the concept to understand the evolution. Firstly; the digital divide refers to the differences between the connected an the excluded of Internet.

The second Digital Divide, it is referred to the dissimilarities between different sectors of society and even by differences by genres. Finally, there is the Third Digital that makes users not to be able to assess the quality of information on the Internet. Thus, it is necessary to develop an important work in digital literacy.

The methodology used for implementing the theoretical basis mentioned above, is focused on two methods of research;

Content Analysis: As quantitative method of research. We need to know the image of culture in worldwide Net. Therefore, we based our analysis on direct observation of different digital media to analyze the representation of culture in the specialized media and in a general means of information.

Secondly, we used the Delphi Method in order to learn the opinion of several experts in the cultural information, such as cultural journalists, artists or offices of cultural institutions.

We need to know their opinion about the coverage of culture on Internet nowadays and above all the perspectives for the future.

The overall results of both methods of study; establish general conclusions that affirm the main hypothesis of the importance of the quality of cultural information in the Internet.

Consequently, we stand by that the culture offered on Internet, is not intended as of a high quality information, thus is limited by the tendency towards be superficial and attends more to the immediate interests of the elites of society and the audience.

Besides, we state the existence of a Third Digital Divide that monitors the public to the fundamental information that they see on the Internet.

That is why, they do not have the main informative competence for recognizing the quality information from the superficial and limited Information.

Thus, as general conclusion, we can establish some ideas that we observed along our study of investigation:

1. Nowadays, Internet is not a service for culture:

Internet does not offer a good image of culture; it does not provide accessibility towards cultural expertise. This investigation confirm the *apocalyptic* vision (*Apocalyptic and Integrated* are both concepts defined by Umberto Eco in respect to the network society and mass culture).

Vision of experts as Nicholas Carr that think that exist negative effects of New Technologies and Internet for contents, information, culture and the public.

2. The image of the culture is superficial:

The cultural information that Internet offers to the public is superficial, goes away from specialization on culture and information with quality.

3. There is a Third Digital Divide:

The new Digital Divide that distances the public from culture information with specialization and quality. Thus, it is required to work more intensely on Digital Literacy.

4. Cultural Journalists are essentials:

There is a need to encourage the specialized journalist as the most important professional for offering cultural information.

5. The future trend of culture information:

The specialized web will be the future trend which will offer quality information of higher quality information about culture; for encouraging this trend, it is required the work of professionals of cultural issues and the improvement on digital education for the public.

PRIMERA PARTE

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Presentación

El presente trabajo de investigación nos lleva a analizar dos aspectos fundamentales para el mundo periodístico, como son la información especializada, concretamente la cultural, y, por otro lado, las nuevas tecnologías, con Internet a la cabeza, que han modificado todo el sistema de comunicación de la sociedad y del trabajo de los expertos de la Información.

Como profesionales de la Información, conocer de qué forma se relacionan ambos mundos, el de un periodismo clásico, referido a la información de élite sobre la cultura, con el de la red de redes, es fundamental para poder trabajar de acuerdo a las exigencias y las novedades de la sociedad de la Información que nos domina.

Así, la presente investigación aúna el terreno cultural, centrado en diferentes ámbitos como la literatura, el arte o las representaciones escénicas, con Internet, y nos planteamos cuestiones que nos llevan a dilucidar la materia principal, saber cómo aparece reflejada la cultura en Internet.

Es decir, esclarecer aquellos aspectos positivos que recibe el fenómeno cultural de su presencia en la red y también aquellos negativos, como las diversas brechas digitales existentes, y en qué medida afectan a un fenómeno de gran alcance como la cultura.

Desde este punto de vista, nos vamos a adentrar en el estudio de diferentes aspectos de Internet, como medio que funciona de fuente de información, gracias al sinfín de medios de comunicación que en él radican.

A partir de ahí, establecer un punto de partida empírico sobre la presencia de la cultura en estos medios de comunicación digitales que se complemente con la visión experta y teórica del tema y nos conduzca a establecer las conjeturas finales sobre la situación actual del tratamiento de la Información cultural en los medios periodísticos de carácter digital.

1.2. Objetivos de la Investigación

El objetivo principal de esta investigación versa en esclarecer la relación existente entre dos ámbitos tan amplios como son la nube digital y el fenómeno cultural, es decir, poder evaluar la imagen que nos ofrece Internet de la cultura y cómo las nuevas herramientas de comunicación han cambiado el tratamiento a la cultura.

La cultura se llega a considerar un fenómeno tradicional y arraigado en la sociedad, tanto nacional como internacional, gracias al tratamiento que se le ha otorgado durante su extensa trayectoria en los diferentes medios de comunicación.

Principalmente medios escritos, que le han otorgado un carácter relevante gracias a la presencia que ésta ha tenido en los mismos y al tratamiento experto que le daban por parte de críticos culturales, entre otras categorías de profesionales.

Sin embargo, con la llegada de las nuevas tecnologías, el mundo de la comunicación y la sociedad en general han sufrido un vuelco que hace que todo aquello que antes era visto con interés, como contenidos fundamentales, ahora se vea sustituido por otros aspectos que los desplazan y les hacen ser menos valorados.

Esto es lo que ha ocurrido con el tratamiento a la información, que ha pasado a contar con una serie de nuevas características, como la rapidez o la globalización, que provocan que los contenidos que se difunden lleguen a ser incluso superficiales.

Así, tanto la cultura como la información elaborada al respecto se han visto afectadas por los cambios que atañen a las nuevas tecnologías e Internet, con lo que el objetivo de esta investigación radica en “esclarecer” la imagen que la cultura ha pasado a tener en Internet.

A partir de este extenso objetivo, podemos establecer una serie de puntos secundarios que definimos como objetivos más delimitados y tenemos en cuenta a la hora de realizar la labor investigadora.

Concretamente, se plantean ocho objetivos que abarcan desde estudio de la presencia de la Información cultural en Internet hasta las cualidades que en ella se encuentran, si realmente se puede considerar información cultural de calidad o, por el contrario, se limita a ser contenido adecuado a la red de redes, sin trasfondo especializado.

1. Conocer si Internet, en este momento, está al servicio de la cultura:

Que la llegada de Internet, junto a las nuevas tecnologías, supone una modificación para determinados ámbitos como la información o la cultura, es algo obvio, sin embargo, dentro de estos cambios, es interesante conocer si la red de redes funciona como una “herramienta” que nos ayuda a aproximarnos a la cultura, en general, y a sus contenidos informativos o, por el contrario, nos aleja de la misma.

2. Saber en qué aspectos se ha modificado el tratamiento a la cultura en el trayecto de los medios de papel a la nube digital:

Como bien se ha estado reiterando a lo largo de este apartado, en el que mencionamos los objetivos que buscamos esclarecer, la cultura es considerada como un fenómeno de amplio calado social, muy arraigado tanto en la historia nacional de España como a nivel internacional.

Así, podemos decir que su presencia en los medios de comunicación tradicionales, como son los diarios escritos, ya contaba con un aspecto y con unas formas determinadas de tratamiento, algo que dentro de los medios digitales intuimos que se ha modificado negativamente, pero nos interesa conocer en qué aspectos y con qué características se han llevado a cabo estos cambios, para poder establecer conclusiones comparativas.

3. Qué tipo de beneficios y/o inconvenientes aporta Internet a la hora de difundir Información cultural:

Pretendemos conocer si el público en general y el especializado en particular, encuentran en internet toda la documentación e información que buscan o, por el

contrario, deben recurrir a otras alternativas de información para conseguir informarse acerca de aquello que les interesa.

Puesto que la red realmente no les aporta información útil o la presenta saturada por aspectos como la promoción, que son naturalmente reveladores, pero que no permiten ahondar en el conocimiento experto del terreno cultural.

4. Saber si aparece información especializada en la red:

Averiguar, a través de la presencia en los diferentes medios digitales, la figura de los profesionales especializados en información cultural dentro de Internet.

Determinar cuáles son sus canales de comunicación con el público, si es que existen, y las posibles alternativas que podrían aparecer en un futuro para mejorar la presencia de la cultura en la red.

5. Dónde queda la figura del periodista especializado en cultura dentro del mundo de Internet:

El planteamiento de este objetivo está muy ligado al anterior, de hecho, se puede decir que es un segundo paso en el análisis del cuarto objetivo. No solo nos incumbe averiguar si la información especializada aparece o no en la red, sino en qué medida la podemos encontrar y de qué forma el periodista especializado se presenta al frente de esta información. Buscamos la respuesta a la cuestión de si realmente aparece el trabajo del periodista especializado en Internet y dónde podemos encontrarlo.

A partir de la respuesta de los objetivos anteriores, vamos a profundizar en la materia para poder llegar a establecer más conjeturas al respecto. Así, nos atañe conocer si existiendo o no la presencia del periodista especializado en cultura, dentro de la red de redes, se ofrecen contenidos de fácil acceso para el usuario o no.

6. ¿Qué tipo de medios utiliza este profesional para expresar su labor periodística?

Si es que realmente existe la presencia del periodista especializado dentro del mundo de Internet, nos resulta relevante averiguar en qué medios puede ofrecer su trabajo, dada la ingente cantidad de medios que cuentan con presencia en Internet.

7. ¿Hacia qué tendencias avanza la información cultural en la Red?

Uno de los intereses que supone para nosotros plantear este tipo de investigación, relacionada con las tecnologías de la información y con la cultura, es poder establecer una visión prospectiva que, mediante determinados estudios, nos permita conocer cómo se van a ofrecer los contenidos en un futuro, mediante qué vías de comunicación, si se trata de avances positivos o negativos y una serie de conjeturas relacionadas.

Es decir, no únicamente nos centramos en querer saber qué es lo que ocurre con la situación planteada en la justificación del estudio, sino avanzar el camino e ir más allá, para poder analizar qué tipo de avances le esperan a la cultura en la red, en virtud de cómo lleguemos a concluir que se encuentra hoy en día.

Nuestro objetivo de estudio no se centra únicamente en corroborar o negar una hipótesis de partida, sino en establecer una serie de ideas claves a futuro.

8. ¿Fomenta Internet nuestro conocimiento cultural, nos hace más cultos?

Un último objetivo, no por ello menos importante, más bien todo lo contrario, se centra en conocer la capacidad que tiene Internet de fomentar nuestro conocimiento cultural. Es decir, averiguar si realmente Internet funciona como medio encargado de ofrecernos contenidos culturales que incrementen nuestro conocimiento al respecto.

Idea que supone uno de los pilares fundamentales de esta investigación, ya que cimienta un estudio empírico, arraigado en diversos medios digitales que ofrecen contenidos culturales.

Con el fin de responder toda esta serie de cuestiones, vamos a ir planteándolas y reiterándolas a lo largo de nuestra investigación académica, de forma que, mediante una metodología de análisis y de un sondeo a expertos en la materia o Delphi, podamos alcanzar determinadas conjeturas.

El resultado al que pretendemos llegar es la respuesta y aclaración de todos los objetivos planteados y, por tanto, la contestación de las cuestiones presentes para corroborar una hipótesis y una conclusión ajustadas a la realidad y justificadas acerca de la presencia de la cultura en Internet.

1.3. Justificación del Estudio

En el presente proyecto se plasman las directrices sobre las que discurrirá la investigación dirigida a reflejar de manera general cuál es la imagen que se ofrece de la cultura en Internet, como nueva herramienta de la cual se puede obtener una ingente cantidad de información de toda índole y desde diferentes fuentes respecto al fenómeno cultural.

Concretamente y dada la extraordinaria magnitud de la red de redes, para entrar a analizar qué representación tiene la cultura en la nube digital, es necesario acotar nuestro campo de análisis.

En este caso, para realizar el estudio, nos vamos a centrar en los diferentes grupos de medios de comunicación (digitales, generalistas, especializados...), aquellos que se consideran la principal fuente de información en la red.

Por tanto, aquellos que consideramos el primer eslabón al que recurrir para informarnos sobre los aspectos culturales que nuestra incumbencia y encontrar la información adecuada a nuestros intereses y nuestros gustos.

El interés de nuestra investigación reside en que nos permite comprobar de primera mano la presencia de un ámbito de gran calado histórico y social, como es la cultura, en el gran engranaje de la sociedad dominada por las tecnologías, que ha hecho que cambie nuestra forma de vida, de comunicación, información y trabajo, entre otros...

Buscamos dilucidar qué tipo de mensajes o contenidos informativos encontramos en la red sobre dicho fenómeno y si realmente nos aportan conocimiento experto sobre la materia o se limitan a reproducir una serie de parámetros básicos en la red pero que hacen que estemos muy alejados de lo que realmente es el conocimiento experto, la información de calidad y la profundización.

En definitiva, nos interesa conocer la influencia y las consecuencias que trae la red para la expansión del conocimiento experto, en este caso, centrado en la cultura, pero que nos puede llevar a extrapolar las ideas extraídas a otros ámbitos de información similares.

La última fase del análisis nos permite, por tanto, sacar nuestras propias conjeturas del trabajo realizado y poder comparar los resultados obtenidos con los de otros análisis publicados anteriormente sobre la misma cuestión.

Así, alcanzar unas conclusiones muy fructíferas desde el punto de vista del profesional de la información que se enfrenta a una información especializada y al dominio de esta dentro de la red con todo lo que ello conlleva a la hora de adaptar su conocimiento y su forma de elaborar noticias

1.4. Hipótesis de trabajo

El ámbito en el que nos centramos para llevar a cabo este proyecto y plantear una serie de hipótesis de trabajo no es nuevo, ya que ha sido objeto de estudio durante mucho tiempo y sigue despertando multitud de voces encontradas.

A lo largo de los avances en materia de comunicación, siempre que aparecía en la historia algún medio novedoso se alzaban voces, bien a favor, procedentes de los nuevos emisores de información o, por el contrario, las opiniones encontradas, de aquellos que consideraban que estas nuevas fórmulas supondrían una forma de acabar con el periodismo y de hacer que los medios más clásicos, como la prensa escrita, terminasen por desaparecer.

Desde la llegada de Internet, este cúmulo de opiniones dispersas se ha multiplicado y son muchos los que creen que la red favorece la información periodística y su difusión, como otro amplio sector de la sociedad, que suele coincidir con los más tradicionales, lo considera una forma peligrosa de informar, haciéndose eco de su poca calidad y rigurosidad.

De cualquier forma, a día de hoy, es incuestionable que Internet se sitúa a la cabeza de la sociedad de Información, como la primera herramienta a la que gran parte de la sociedad accede para recibir información de todo tipo, a toda hora y desde diferentes modelos de soporte.

Por tanto, el hecho de que las nuevas tecnologías suponen una influencia para las diferentes vías de información, como medio, y para la información en sí, como contenido, es innegable, hasta el punto en que los medios de comunicación se han visto obligados a ir adaptándose a unas novedades tecnológicas cada vez más exigentes para lograr entrar en el mundo de la sociedad red.

Esta breve situación, permite esculpir un marco de actuación, que va a ser desgranado a lo largo de la presente investigación, y que nos lleva a afirmar que internet influye en la información que ofrece, es decir, la modifica de una u otra forma.

Lo que pretendemos averiguar a partir de este estudio es la forma y la medida en que la realidad digital de Internet afecta a la información cultural, qué tipo de cambios se

producen y si se puede decir que son favorables o negativos para este tipo de información especializada en los fenómenos culturales.

Ante nuestro objetivo, basado en esclarecer la imagen que se ofrece de la cultura en internet, partimos de una conjetura evaluada, centrada en la conclusión alcanzada por proyectos previos de investigación, en los que de forma similar, se buscaba evaluar la imagen del teatro en la red de redes¹.

La investigación mencionada, se basaba en una serie de estudios como el análisis de contenidos y entrevistas a expertos que nos encaminaron a una conclusión muy certera y corroborada:

“La imagen de los fenómenos culturales que se ofrece en Internet puede llegar a considerarse superflua, si tenemos en cuenta cómo se han ido trazando a lo largo de la investigación factores como la cantidad de información promocional, la dificultad de acceso a las páginas especializadas, el desconocimiento de las mismas y, por último, los factores circunstanciales del medio digital como la inmediatez o la limitación de espacio”. (Carrera Romero. TFM. 2012. 88)

A partir de esta conclusión, con el fin de poder profundizar en el ámbito de estudio para ampliar las consideraciones y aplicarlas a una esfera cultural mucho más extensa, que abarque más ámbitos, no únicamente las artes escénicas, nos hacemos eco de este trabajo para utilizarlo como hipótesis.

Así, utilizamos la hipótesis deductiva como la fórmula escogida para dar punto de partida a la investigación actual y poder alcanzar nuevas conclusiones mucho más específicas y relativas a la realidad cultural que encontramos en la sociedad Red que nos rodea.

¹ La Hipótesis a partir de la cual parte esta investigación doctoral surge a raíz de las conclusiones alcanzadas por un estudio de investigación previo. Concretamente por los resultados que nos aportaron los análisis referentes a un trabajo final de máster sobre la presencia del teatro en Internet. Lucía Carrera Romero (2012) *“El Tratamiento del teatro en la red de redes”*. Trabajo Final de Máster Universitario – Periodismo Multimedia Profesional .Madrid. UCM. 122 pp.

Una **hipótesis deductiva** se define como aquella en la que se parte de una afirmación previa y establecida, que se busca comprobar o corroborar mediante el trabajo de observación específica de hechos, tendencias, fenómenos o asociaciones.

Recordemos que una hipótesis ha de ser una “inferencia elaborada a modo de generalización o explicación de hechos concretos y particulares observados previamente, con la finalidad de servir de guía para la búsqueda de antecedentes que permitan establecer el grado de certeza o fiabilidad de la misma (pruebas)”. En un proyecto, una hipótesis se expone primero y luego se explica o se justifica”. (Colle: 2011:80)

Así, podemos decir que en la actual fase investigadora partimos de una afirmación establecida, a la que condujeron estudios anteriores, y a partir de la cual se establece todo un engranaje de trabajo empírico, en este caso, análisis de contenido a los diferentes medios de comunicación digitales y la elaboración de un método Delphi a expertos.

De forma que se busca conocer la opinión de diferentes profesionales de la cultura, desde ángulos como la de los gabinetes de información cultural, los protagonistas de la cultura o artistas y la fuente principal de información, los periodistas especializados en cultura.

Así, la metodología de análisis que vamos a realizar sigue los parámetros clásicos de la investigación, elaborar una hipótesis previa que funciona a modo de cimientos, como base para formular un análisis con el fin de llegar a corroborar lo que se venía afirmando desde un principio.

El por qué de este planteamiento de hipótesis responde a una cuestión muy obvia de estructura de estudio que ya habíamos establecido anteriormente y que, de forma fructífera, nos llevó a establecer unas conclusiones corroboradas y evaluadas mediante una investigación similar aunque mucho más concreta.

Mientras el estudio que da origen a nuestra hipótesis se centraba en evaluar la presencia de un fenómeno cultural particular, como es el teatro en Internet, actualmente nuestro interés se amplía al género cultural de forma más general.

El propósito que guía la elaboración de este análisis es averiguar cómo se encuentra la situación de la información cultural en la Sociedad de Información actual, dominada por los medios digitales en sus diferentes modalidades y formatos.

La inmensidad de la información que podemos hallar en la red, gracias a diferentes fuentes de información cultural, medios existentes, materias o ámbitos culturales, es tan extensa que nos obliga a partir de un estudio previo delimitado y que nos lleva a conclusiones corroboradas.

Puesto que, de esta forma nos aseguramos la fiabilidad procedente de partir de una hipótesis contrastada, frente a la dificultad y poca fiabilidad que nos ofrecería enfrentarnos de primera mano a la ingente cantidad de información que nos ofrece la realidad digital sobre un ámbito, a su vez, tan extenso, como la cultura.

Partir este estudio con una serie de hipótesis deductivas es, cuanto menos, partir de una base sólida de estudio, que a pesar de resultar muy concreta, nos ofrece una idea cercana a cómo podemos encontrar la información cultural dentro de la nube digital que nos domina.

Por tanto, como hemos estado reiterando a lo largo del presente apartado, referente a la hipótesis principal, podemos establecer una serie de líneas de trabajo fundamentales en las que la hipótesis a seguir es demostrar que el fenómeno cultural, en general, que existe hoy en España, es mucho más rico de lo que aparece en la red.

En definitiva, estudiar y observar dos de los fenómenos más importantes en la actualidad, como son las nuevas tecnologías y la cultura de un país, para conocer y demostrar que, en general, la imagen que se ofrece sobre un fenómeno de amplia trayectoria histórica vinculada a las élites, como es la cultura, en internet se encuentra limitada a algunos aspectos concretos, resultado de la influencia de la sociedad red.

Existe una Tercera Brecha Digital que hace que el público no tenga conocimientos suficientes para discernir la calidad de contenidos que nos ofrece la red.

Por tanto, que lleva a que el público se limite a los contenidos superfluos que recibe de Internet, dominados por las exigencias de la red; como son el carácter promocional, la rapidez, celeridad en el acceso a la información, sencillez...

Lo cual produce un alejamiento del conocimiento experto, generalmente proporcionado por la información especializada, que realmente le aproximaría, en este caso, a la cultura de calidad.

A un conocimiento adecuado sobre qué es la cultura y sobre el trasfondo de muchos actos o eventos culturales de los que sólo se informan los aspectos meramente comerciales.

Por tanto, nuestra hipótesis de trabajo se fundamenta en el entorno de una realidad digital que lleva a que Internet, como medio de comunicación principal, lejos de hacer que el público sea más culto, lo aleja de los contenidos y conocimientos expertos y hace que se centre en contenidos livianos y banales dentro del ámbito cultural.

En definitiva, podemos concretar una hipótesis de trabajo en la que pretendemos demostrar la dificultad que entraña para la divulgación de contenidos culturales los medios digitales.

Los contenidos culturales de las diferentes especialidades mencionadas, tienen una presencia muy superficial en la información de Internet, alejada y muy diferente de la presencia que estos mismos contenidos reciben en otros medios.

Así, nuestra hipótesis de trabajo se centraría en la siguiente afirmación:

Los contenidos culturales tienen escasa presencia en la red y el tratamiento que reciben en Internet ofrece una perspectiva alejada de la función primordial de los medios de ofrecer contenidos veraces y de calidad.

Es decir, los contenidos o información especializada que aparece en la red es poco adecuada, no únicamente para ofrecer cultura, sino para considerar que nos hace más cultos.

Al hablar de medios digitales, nos referimos a medios basados en un modelo de información que, inclusive, es lo que el público demanda, debido a una educación en ámbitos digitales que nos lleva a asumir los contenidos procedentes de Internet como los mejores y los más adecuados, sin planteárnoslos, ni tan siquiera evaluar que pueden existir otros mucho mejores y realmente de calidad que internet no nos facilita ni pone a nuestro alcance.

A lo largo del presente trabajo de investigación, vamos a evaluar las diferentes aristas de la realidad mediática digital, en relación con la información cultural, con el fin de aproximarnos a corroborar la hipótesis planteada o, por el contrario, afirmar que se trataba de una hipótesis que no se corresponde con el contexto cultural existente dentro de la inmensa nube digital.

1.5. Diseño de la Metodología de Investigación

La metodología que se utiliza en todo proceso de investigación supone el pilar fundamental del estudio, puesto que conforma el motor de avance y de éxito de la misma. Por tanto, de la selección correcta de los métodos de investigación, aquellos que más se adapten a nuestro proceso de trabajo, va a depender el éxito de la investigación en la cual nos adentramos.

Así, en el caso que nos compete, para poder corroborar la hipótesis deductiva de la que partimos, centrada en ratificar qué tipo de presencia tiene el fenómeno cultural en las nuevas tecnologías, nos vamos a centralizar en la utilización de diferentes modelos de análisis, tanto cuantitativos como cualitativos.

Con el fin de obtener un punto de vista mucho más esclarecedor, aproximado y estructurado de la problemática, vamos a fundamentar nuestro trabajo de campo en dos métodos de investigación clave: el análisis de contenido y el desarrollo del método Delphi.

Dentro del terreno de los ámbitos de investigación cuantitativos, nos basamos en el **análisis de contenidos**, que se define como un método que permite establecer unas observaciones descriptivas de la realidad que nos rodea y así alcanzar unos resultados lo más cercanos posible a nuestro escenario de estudio.

En este caso, las claves del análisis de contenido, que vamos a desgranar en apartados posteriores, se centran en reflejar la realidad mediática, protagonista en el mundo de Internet, que nos permite encontrar Información cultural, de qué fuentes especializadas proceden, exclusivas, generales...

El análisis de contenido, es una de las fórmulas de investigación, considerada por los expertos en la materia, como una de las fuentes de información empírica más completa que existe, por tanto, que permite delimitar las diferentes aristas existentes en una misma cuestión, como es la realidad mediática digital de la cultura.

El estudio de los medios digitales, que va a ser la fuente principal de información de nuestro análisis empírico, puede considerarse tanto cuantitativo como cualitativo ya que no nos vamos a ajustar a un análisis de contenido al uso, en el cuál se recogen datos sin más.

Vamos a ir más allá y profundizar el trabajo de análisis, dentro de diversas cualidades que conllevan datos como el lenguaje, el código y el propio contenido, con el fin de alcanzar unos resultados mucho más concretos y funcionales.

Por otro lado, vamos a seleccionar El método Delphi como método de análisis o investigación complementario, que nos aproxime a conocer las respuestas acerca de las cuestiones que nos planteamos sobre la información cultural en la red.

El **método Delphi**, es uno de los más novedosos y eficaces, en lo que respecta a la investigación cualitativa, ya que aporta una visión necesaria del entorno mediático digital desde el punto de vista profesional, el que nos aportan los especialistas en la materia.

Las encuestas, como elemento principal que vertebran este método de investigación, dirigidas en este caso a profesionales de diferentes ámbitos culturales, nos permiten obtener los puntos de vista y perspectivas de periodistas culturales, artistas o medios encargados de información cultural.

La elaboración y recepción de las respuestas de todas encuestas nos permiten obtener una visión completa del tema que nos incumbe desde diferentes ámbitos y teniendo presente a todos y cada uno de los sectores fundamentales en nuestro estudio.

Así, este tipo de indagaciones nos llevan a obtener datos que nos permitan comprender la situación de la información cultural en Internet, no sólo a día de hoy, sino como una prospección de lo que se espera de ella en un futuro próximo, teniendo en cuenta que el Delphi se define como una técnica de investigación prospectiva sobre el futuro de la cuestión.

En definitiva, el diseño metodológico que fundamenta esta tesis, sobre la presencia del fenómeno cultural en Internet, reúne métodos de investigación empíricos, como es el análisis de contenidos reales, y por otro lado, métodos cualitativos como el método Delphi.

Con el fin de abarcar todos los ámbitos informativos necesarios para alcanzar unas conclusiones lo más ajustadas posibles a la realidad en la que se sustenta la red actualmente y en un futuro, gracias a la visión prospectiva que aportan las opiniones de profesionales mediante el método Delphi realizado.

SEGUNDA PARTE

2. MARCO TEÓRICO - CONCEPTUAL

2.1 Definición e Implantación del Fenómeno de la Sociedad de la Información

2.1.1 Antecedentes de la Sociedad de la Información

Para poder conocer el tratamiento que se ofrece a los contenidos culturales, dentro del entorno digital y tecnológico, es necesario descifrar y analizar todos los puntos en los que se basa la sociedad actual en la que nos movemos.

Así, para establecer una pauta de trabajo correcta, debemos señalar una serie de parámetros teóricos que utilizamos a modo de base sobre la que instaurar un punto de partida en nuestra investigación.

Llegar a comprender el momento actual de la sociedad que nos rodea, requiere hacer un trabajo retrospectivo en el cual se analice la historia y antecedentes de lo que hoy día denominamos Sociedad, vista como una organización social, donde la información tiene un papel predominante, lo que nos permite hablar de una “Sociedad de la Información”.

La descomunal envergadura de la unión de estos dos conceptos, sociedad e información, hace que nos podamos remontar a la década de los años sesenta en la que muchos autores ya se referían a cierto fenómeno de cambio, algo que afectaba a múltiples ámbitos, al fin y al cabo, un proceso de transformación idéntico al que ocurría tras la Revolución Industrial, con muchas semejanzas y muchos efectos de cambio en la sociedad en general.

A lo largo de la historia, han sido muchas las voces que han definido con diferentes términos a la Sociedad de la Información, pero en definitiva, refiriéndose a un mismo fenómeno claro de cambio para la sociedad.

“Hablar de la Información a lo largo de la evolución mundial de la sociedad es como hablar de la vida misma” (Salvat Mantinrey y Serrano Marín, 2011:13)

Tan esclarecedora afirmación sobre la evolución del papel de la Información en la sociedad, nos permite esbozar las diferentes formas de definir el escenario que nos rodea y que ha ido modificándose hasta convertirse en lo que hoy llamamos “Sociedad de la Información”.

Una sociedad en la que el pilar fundamental es la información, un elemento intangible, que navega por la sociedad a través de las redes de comunicación e Internet, como medio de difusión que se ha tornado en la mejor forma de transmitir conocimiento en la sociedad de nuestros días.

Si retrocedemos en el tiempo, desde las primeras décadas de existencia de la Sociedad como organización, podemos decir que para comprender los aspectos y las consecuencias de la Sociedad actual, es necesario compararla con la “Revoluciones Industriales” que le preceden².

Estos procesos revolucionarios traen consigo innumerables modificaciones en todo tipo de ámbitos, como son la cultura, la economía y las formas de comunicación.

A partir de la Segunda Revolución Industrial³ se produce la emergencia de diferentes medios que hacen que la información pase de ser un elemento sin más dentro de la sociedad, a ser un elemento preferente, gracias a avances como lo fueron en su momento el telégrafo, el teléfono y posteriormente la radio y la televisión.

²La implantación de la **Sociedad de la Información** trae consigo una serie de modificaciones en todos los ámbitos de la sociedad, por ello, muchos de los autores, a los que hacemos referencia en esta investigación, aseguran que la llegada de la Sociedad de la Información se asemeja a los procesos de cambio que se vivían con las anteriores revoluciones Industriales.

³ El termino **Revolución Industrial** fue acuñado por Federico Engels a partir de 1945, es utilizado para hacer referencia al conjunto de transformaciones técnicas y económicas que modificaban el funcionamiento de las sociedades, como es la sustitución de la energía física por la energía mecánica de las máquinas o el cambio de una producción manufacturera por la febril en el proceso de producción capitalista.[<http://www.historialuniversal.com/2010/09/revolucion-industrial.html>][19 Octubre 2013]

Todos estos avances, en lo que respecta a soportes de difusión de contenidos, convierten a la información y a la comunicación en factores intangibles que dominan las sociedades contemporáneas y modernas, algo que hasta ese momento era impensable en los procesos de producción.

Este proceso de cambio de roles y de ascenso de la información a elemento fundamental de la sociedad, se aprecia sobretodo en sociedades modernas a partir del siglo XVIII, momento en que la información y su circulación han tenido una importancia decisiva para la sucesión de los hechos históricos y la vida social.

Para poder comenzar nuestra investigación desde la base, nos vamos a centrar en las diferentes definiciones que encontramos de un mismo fenómeno, y que se ha ido llamando de diferentes formas de la mano de diversos autores a lo largo del tiempo y de la evolución de la información en la sociedad.

Así podemos tomar estas definiciones como axiomas para entender en qué consiste el fenómeno al que hacemos referencia y avanzar hasta centrarnos en analizar el momento actual de la Sociedad de la Información.

En primer lugar, hacemos una breve mención a **John McHale**⁴, autor que nos permite comprender como ya en la década de los años setenta se hablaba de la Información y su función en las sociedades.

McHale considera que las sociedades post – industriales eran aquellas que se organizaban alrededor de la información y su utilización, de forma que se organiza el flujo de conocimiento; por lo tanto, se define a estas sociedades como aquellas que dependen de la recopilación del conocimiento.

Es decir, como bien afirmaba en la teoría plasmada en su obra: “toda sociedad, desde el principio de los tiempos, ha dependido del conocimiento para lograr expandirse, es así como en las últimas décadas hemos llegado a depender exclusivamente de la codificación del conocimiento teórico para saber dónde estamos.” (McHale, 1979:38)

⁴**John Mchale**, sociólogo que publica “*The Changing Information Enviroment*” (1979) en el que analiza el tratamiento de la información en diferentes momentos históricos y sociedades.

McHale consideraba, por tanto, la información y el conocimiento como elementos determinantes que son difundidos a través de diferentes medios de comunicación y que se tornan en rasgos distintivos en las múltiples sociedades que existen.

Desde el punto de vista de nuestra investigación, la parte esencial de su trabajo como sociólogo reside en sus acertadas nociones, puesto que consideraba la información como un criterio de análisis de la evolución social y punto determinante para catalogar las diferentes épocas de la sociedad.

En esta medida, es que consideramos su estudio como uno de los principales puntos de partida de nuestra investigación, para poder recopilar los axiomas necesarios que nos lleven a plasmar una hipótesis y unas pautas de trabajo sobre el escenario que nos rodea.

Una sociedad en la que los elementos básicos para comprender el funcionamiento de todo un sistema mundial son elementos como la información, la difusión y la propia sociedad.

2.1.2 Diferentes definiciones para un mismo fenómeno

2.1.2.1 La Sociedad Post - Capitalista. Peter Drucker

Nos situamos a finales de la década de los sesenta y comienzos de los setenta, cuando comienzan a escucharse voces que ponen de manifiesto los cambios económicos y sociales que acontecen y que conducirán a una nueva etapa de la historia social.

Un nuevo lapso en el que la información tiene una labor y una presencia dignas de ser analizadas por parte de diferentes autores, sociólogos y expertos en la materia informativa.

Así, entre los autores destacados en esta época, comenzamos por **Peter Drucker**⁵ filósofo de referencia que en una de sus obras más reconocidas consideraba que los cambios que se originan en una sociedad, cuando elevamos la información a la noción de primordial, suponen una serie de transformaciones similares a los procesos de cambio que se producen después de la segunda revolución Industrial.

Unas permutas que conllevan modificar sistemas de producción, economía y demás elementos. Concretamente, en lo que se conoce como la Sociedad de la Información, el cambio en el sistema de producción recaía en un cambio en la generación de valor.

Así bien, lo que hasta ese momento era el valor de la producción, que residía en unos elementos físicos, pasa a ser un valor “intangible”, que se produce a partir de la transmisión y aplicación de la información.

Es más, el propio autor toma todas estas ideas para afirmar que el hecho de poder disponer de información rápidamente y con un bajo coste tendrá un impacto tal como el que supuso en su día la aparición de la electricidad.

En su obra de mayor éxito sobre la Sociedad de la Información, “*La era de la Discontinuidad*” de 1969, Peter Drucker introduce un concepto o definición innovadora, ya no únicamente se habla de información, sino que se le otorga importancia al conocimiento.

En palabras de Drucker, considera que “el conocimiento llegará a ser el protagonista de una sociedad denominada - sociedad del conocimiento - y alcanzaría a generar la mitad del PIB”. (Drucker: 1970)⁶

En 1993, Drucker continúa difundiendo sus ideas sobre el futuro y avance de las sociedades en su obra “*La Sociedad post – capitalista*, en la que recalca la necesidad de situar el conocimiento en el centro de atención de las sociedades y para poder lograrlo, era

⁵**Peter Drucker (1909 – 2005)**. Uno de los mayores filósofos de la administración del siglo XX. Escribió múltiples obras reconocidas a nivel mundial sobre temas tan diversos como sistemas de información o sociedad del conocimiento, área de la que se reconoce como padre y mentor junto a Fritz Machlup.

⁶ En 1970 Drucker presenta en el encuentro anual de la American Society for Information Science “La Sociedad de la Información - Consciente” y un artículo presentado sobre el “Advenimiento de la Sociedad de la Información” en los que analiza de forma explícita el papel del conocimiento en las sociedades que rigen el funcionamiento mundial.

necesario que existiese una teoría económica que funcionase de apoyo al desarrollo en sí del conocimiento.

La idea que defiende es que la importancia no reside necesariamente en la cantidad de conocimiento, sino en su productividad. Por tanto, reclamaba que en un futuro las sociedades que funcionarían con éxito serían aquellas dominadas por la información, en las que el recurso básico sería el saber.

Toda sociedad de éxito, debía contar con una organización interna, una sistematización clara, que hiciese las veces de base sólida, sobre la que desarrollar una sociedad en la que el principal funcionamiento sea aplicar conocimiento para generar más conocimiento.

Para Drucker, en la sociedad de la información, se produce un cambio esencial en los valores de producción, ya que, el saber se torna en el único recurso significativo que tiene todo el peso de la sociedad, mientras los factores de producción tradicionales se quedan relegados.

Así también pone de manifiesto el término Conocimiento y con ello introduce una nueva forma de definir la Sociedad dominada por el saber o la información, hablamos de la **Sociedad del Conocimiento**.

2.1.2.2 Galaxia Gutenberg y aldea Global. McLuhan

“El medio es el mensaje”⁷

Otro de los autores clave a la hora de adentrarnos en las múltiples definiciones existentes sobre el concepto de Sociedad de la Información, y que supone una línea de investigación para estudiosos posteriores es Marshall McLuhan⁸.

Este filósofo de origen canadiense es toda una referencia en el mundo de los medios, gracias a todos sus estudios se convierte en una pieza clave de la definición de la Sociedad de la Información, gracias a afirmaciones como la siguiente, extraída de una de sus obras de referencia:

“La velocidad eléctrica tiende a abolir el tiempo y el espacio de la conciencia humana. No existe demora entre el efecto de un acontecimiento y el siguiente. Las extensiones eléctricas de nuestro sistema nervioso crean un campo unificado de estructuras orgánicamente interrelacionadas que nosotros llamamos la actual Era de la Información” (Lozano: 2001)

Como un perfecto visionario de lo que llegaría a nuestro mundo décadas más tarde, McLuhan es capaz de perfilar a la perfección el futuro de la comunicación y de su postura en nuestra sociedad.

“El Medio es el mensaje”, obra de McLuhan publicada en 1967, es una clara forma de hablar de la importancia que este autor otorga, no sólo a la información, sino a los canales por los que circula, aquellos que nos transforman constantemente.

Los medios son la base que debe existir para poder recibir información, saber o conocimiento, más cuando esta sabiduría se convierte en el elemento que controla la sociedad. Por tanto, podemos afirmar que los medios de difusión se definen como el entorno de actuación que debemos dominar y conocer a la perfección, ya que es el

⁷**Marshall McLuhan**. Afirmación que recoge los pilares de su teoría de la comunicación.

⁸**Marshall McLuhan** (1911 – 1980). Filósofo de origen canadiense; se considera uno de los mayores estudiosos sobre los medios, ha conseguido pasar a la posteridad como uno de los mejores visionarios de la Sociedad de la Información, que denomina en su obra “aldea global”.

escenario principal en el que se producen todos los cambios sociales y culturales de las diferentes sociedades contemporáneas.

Los múltiples medios que han ido apareciendo y , cada uno en su medida, manejando las sociedades, como es el caso del telégrafo, el teléfono y un largo etcétera hasta llegar a las nuevas tecnologías, Internet, han tenido la capacidad de crear una nueva galaxia.

Hablamos de Galaxia para referirnos, como bien apunta el título de este apartado, a la mencionada Galaxia Gutenberg, aquella con la que el propio McLuhan define una atmósfera que no se limita a ser un receptáculo pasivo de información, es decir, no estamos hablando de un escenario que no participa en los procesos de comunicación, sino todo lo contrario.

La sociedad dominada por la Información, **Galaxia Gutenberg**, lo define como un espacio en el que, tanto los usuarios que manejan la información, las personas pertenecientes a dicha sociedad, como las nuevas tecnologías como medios, viven un proceso de adaptación a la situación y características del entorno.

Los medios, poco a poco, se convierten en protagonistas y parte fundamental del proceso de comunicación que afecta a toda una *galaxia* que nos rodea y que se modifica al mismo tiempo que nosotros, los propios usuarios.

En las consideraciones que en su momento plantea McLuhan, como previsor del futuro, analiza el papel de los diferentes medios de comunicación y formas de sociabilizarse hasta llegar a la actualidad que nos compete. Así, se remonta a la llegada del alfabeto, en torno al año 700 a.C., que tuvo lugar en Grecia, supuso el cimiento para el desarrollo de la filosofía y la ciencia occidentales tal como las conocemos actualmente.

Sin embargo, no fue hasta varios siglos más tarde, con la llegada de la imprenta y del papel, cuando la alfabetización permite a Occidente crearse una estructura mental de cómo funciona la comunicación en una sociedad del conocimiento.

Esta es la base en la que se sustenta la idea que defiende McLuhan, los medios por los que circula la información no son un elemento estático y ajeno a la comunicación, sino que son parte fundamental de dicho proceso, que nos permite definir las vivencias y cambios de la sociedad.

Conforme ocurrió con la llegada del alfabeto, 2.700 años más tarde se vuelve a vivir un proceso de revolución similar para la sociedad, puesto que se modifican todos los parámetros del ámbito de la comunicación existentes hasta ese momento.

Estamos hablando de la llegada de una red interactiva en la que se unen, bajo un mismo sistema de comunicación humana, todo tipo de modalidades de difusión de mensajes como la escrita, la oral y la audiovisual.

El cambio fundamental que aporta esta red interactiva, con la que hoy estamos viviendo y que en su momento podíamos conocer como “Galaxia Gutenberg”, es una sociedad que se maneja desde un sistema múltiple.

Sistema donde interactúan multitud de aspectos en un mismo tiempo establecido, ya sea real o posterior pero siempre a lo largo de una red global en la que los usuarios circulan con acceso libre y asequible.

En definitiva, todo un engranaje para nuestra humanidad, que lleva en la vorágine de la comunicación y la información a todas las sociedades a nivel mundial. Una idea que McLuhan defendía en su día y que avanzaba de forma atinada la realidad en la que nos movemos en nuestros días, dominada por la globalización y ,por consiguiente, por una serie de efectos y de consecuencias que vamos a desgranar más adelante, como la descentralización de la sociedad.

Efectivamente, llegados al siglo XXI, podemos confirmar que las predicciones de sociólogos, como es el caso del que nos compete, eran completamente acertadas y definían nuestra actual Sociedad de la Información, con sus características principales y los cambios que trae para aspectos como la economía y la cultura.

Uno de los términos más acusados para referirnos a la sociedad que nos concierne evaluar y que, sin duda, marca un hito en el estudio de la comunicación y sus características es el de “**aldea global**”.

McLuhan acuñó el término para describir la interconectividad humana a escala global generada por los medios de comunicación que existían en cada momento de la historia, como son el telégrafo, en su momento, el teléfono o la radio, hasta llegar a la actual Red de Redes. (Salvat Mantinrey y Serrano Marín, 2011:18)

Su idea de una sociedad globalizada, por más descabellada que pareciese en su momento, es todo un reflejo de lo que tenemos en nuestro entorno, que también definimos como una sociedad globalizada, aunque en otros términos tecnológicos.

La idea de aldea global, que podemos situar en la línea del concepto de globalización, es una forma de definir una sociedad en la que domina la interconectividad humana a escala mundial generada por los diferentes medios de comunicación, que favorecen el intercambio de información.

Como bien hemos señalado anteriormente, estos medios han ido evolucionando a lo largo de los avances de la sociedad, si bien, el telégrafo o el teléfono son los medios de comunicación a los que podía hacer referencia McLuhan, estos se han tornado en medios electrónicos de comunicación, nuevas tecnologías de la información, que favorecen el intercambio de información fuera de restricciones como el tiempo o la distancia.

Todos los axiomas con los que el teórico de la comunicación hablaba sobre una futura Sociedad de la Información como una “aldea global”, estaban inmersos en un halo de optimismo que no ha llegado a ser como McLuhan esperaba.

Es decir, si bien su forma de definir una sociedad dominada por la Información fue muy acertada, McLuhan esperaba que esta aldea global significase, en un futuro, un mecanismo de interrelación entre todas las regiones del mundo.

De forma que ayudase a promover aspectos como la solidaridad, la difusión de unos mismos ideales y, en definitiva, un desarrollo global en la misma línea para todos.

Sin embargo, esta idea ha quedado relegada a una simple consideración que no ha llegado a alcanzarse. Más bien todo lo contrario, como ahondaremos en capítulos posteriores, la sociedad globalizada en la que vivimos, no sólo nos mueve de forma lineal por unos intereses comunes, sino que hace que se produzcan considerables diferencias entre diferentes sociedades y lugares del mundo.

Con la perspectiva que nos proporciona el tiempo, podemos afirmar hoy en día que McLuhan era un sabio de la comunicación, a pesar de que, en su momento sus definiciones únicamente eran un cúmulo de ideas sin sentido dentro de la sociedad de aquel momento, hubo que esperar tiempo para comprobar que realmente su teoría era la correcta.

Para poder argumentar a ciencia cierta todas sus teorías se basaba en los estudios de otros intelectuales del momento, como lo eran **Kropotkin** y **Mumford**, que hablaban en sus obras del potencial de las redes eléctricas, algo que se puede adaptar al momento actual de la sociedad, trasladando el concepto de redes eléctricas por el de red de redes , Internet.

Así, podemos entender la siguiente afirmación como una base sobre los estudios de estos dos intelectuales a los que hace referencia McLuhan para desarrollar sus teorías sobre la aldea Global:

«La electricidad no centraliza, descentraliza [...] Veamos la diferencia entre una red ferroviaria y una red de distribución eléctrica. La primera requiere grandes aglomeraciones urbanas y cabeceras de línea. La energía eléctrica, disponible tanto en la granja como en el despacho del jefe de empresa, no necesita aglomeraciones importantes y permite que cualquier lugar se convierta en centro.»⁹

Esta afirmación de Kropotkin, que Mattelart¹⁰ recoge en su obra sobre la Historia de la Sociedad de la Información, nos muestra de forma concreta las características con las que cuenta una sociedad globalizada, centralizada gracias a redes, en este caso, eléctricas.

Con esta definición de redes eléctricas, podemos establecer un símil con lo que posteriormente va a ser la Sociedad de la Información y que, si bien, trabaja con otros elementos fundamentales, como son el conocimiento y el saber, elementos intangibles, cuenta con una organización similar.

Así, podemos recurrir a la definición que hallamos en la obra de Mattelart para perfilar las diferentes características que McLuhan otorgaba a la considerada “aldea global”.

⁹**Kropotkin** (1899) citado por Mattelart en *Historia de la sociedad de la información* (2002)

¹⁰**Armand Mattelart** (1936) Sociólogo de origen Belga, destacado por sus múltiples estudios sobre los medios de comunicación de masas y análisis de políticas de comunicación.

2.1.2.3 La Sociedad Post Industrial. Daniel Bell

Una vez conocidas y establecidas algunas de las definiciones que se han ido acercando a lo largo de la historia al fenómeno de Sociedad de la Información, como es el caso de la noción de “aldea global”, aportada por McLuhan, o el término de Sociedad Post capitalista de Drucker, vemos los axiomas de otros expertos en la materia.

Así, hacemos referencia a la definición de dicho fenómeno que nos proporciona Daniel Bell¹¹, sociólogo que analiza los cambios sociales y económicos de la sociedad a la hora de plasmar un nuevo modelo de sociedad que cataloga como “post – industrial” y en la que aparecen una serie de fenómenos característicos.

Una serie de cambios, tanto sociales como económicos, que hacen que hablemos de la era en la que el conocimiento se torna el elemento dominante, fruto de fuentes de información y de la posibilidad de acceso¹² que tiene la sociedad sobre ellas.

Bell plantea el concepto de capitalismo post industrial, donde el elemento principal del sistema productivo era el conocimiento, de forma que se plasman una serie de elementos que hacen que hablemos de una sociedad post - industrial muy similar a lo que posteriormente pasará a denominarse Sociedad de la Información.

Así, en su obra de referencia “*El advenimiento de la Sociedad Post-Industrial: un intento de prognosis social*” (1994), Bell señala las dimensiones existentes dentro de una sociedad post industrial y las clasifica dentro de ámbitos como la estructura social, la política o la cultura, todos ellos afectados por los efectos que trae el avance de una sociedad industrial hacia la posterior etapa post industrial.

¹¹**Daniel Bell (1919 – 2011)** Sociólogo de Harvard. Es conocido por sus contribuciones al Pos Industrialismo y dentro de sus obras más influyentes sobre la materia destacan “Las contracciones culturales del capitalismo” (1976) y “El advenimiento de la Sociedad Post Industrial post industrial” (1973).

¹²Como vamos a desgranar en capítulos posteriores, dicha posibilidad de acceso a la información y más un acceso con facilidades entre los individuos de la sociedad, es un término muy relativo. Es decir, las posibilidades de acceso de cada región a la información están estrechamente ligadas a su nivel de desarrollo. Al hablar de posibilidades de acceso a la información aparecen fenómenos como las desigualdades y las diferentes brechas dentro de la sociedad, entre ellas la brecha digital.

El principal factor que define la sociedad de la que habla Bell, es el cambio en la consideración del conocimiento, es decir, la primacía del conocimiento teórico se torna en el rasgo principal que trae una serie de efectos y transformaciones sociales.

El conocimiento como poder elemental de la sociedad hace que se modifique todo el funcionamiento de la misma, si tenemos en cuenta que pasamos de una sociedad basada en la industria, en la que se trabajaba para lograr la producción de bienes, hacia una sociedad en la que se trabaja en torno al conocimiento, con el fin de lograr el control social y la dirección de la innovación.

Así, esta nueva organización da lugar a unas nuevas relaciones sociales y nuevas estructuras que deben ser dirigidas políticamente. (Bell, 1994:34)

El conocimiento, siempre ha sido fundamental para que todo tipo de sociedades avancen y funcionen, sin embargo, dentro de una sociedad post industrial, el papel del conocimiento se vuelve esencial, es decir, un principio axial, de forma que es el que domina la sociedad.

Con el cambio de poder del conocimiento se producen una serie de transformaciones en todos los ámbitos de la sociedad como son la economía, las nuevas formas de empleo o las nuevas consideraciones hacia la tecnología.

En lo que respecta a la economía, el cambio de la producción de bienes materiales hacia la producción de servicios, es resultado del incremento de la demanda social hacia este sector y no hacia la industria, como había ocurrido hasta el momento.

Toda esta demanda hace que hablemos del nacimiento de una sociedad con un carácter mucho más exigente en aspectos intelectuales, que busca desarrollar su conocimiento¹³.

El hecho de que la producción de mercancía se vea relegada ante la producción dentro del sector servicios, sobretudo producción de conocimiento, hace que se produzcan

¹³En este punto, en el que hablamos de las exigencias de los ciudadanos dentro de una sociedad post industrial, destacamos cómo el poder del conocimiento va adquiriendo una importancia fundamental, de forma que dentro de las nuevas sociedades se expande una nueva tendencia de **inteligentsia**; concepto de denomina una nueva clase de sociedad formada por aquellos individuos involucrados en actividades mentales y creativas destinadas a ámbitos culturales o intelectuales. El interés por el desarrollo personal y el conocimiento marcan la época y los cambios dentro de la sociedad.

cambios de carácter tecnológico económico y cambios en las estructuras sociales, de forma que tienen preeminencia la clase profesional y técnica en los empleos.

El funcionamiento de las sociedades es otro de los cambios fundamentales en las sociedades post industriales, ya que aparece un nuevo elemento como la tecnología intelectual que supone el verdadero cambio en el engranaje de las sociedades.

El termino de Tecnología intelectual, que conocemos de la mano de Harvey Brooks¹⁴, que lo define como “el uso de un conocimiento científico para especificar modos de hacer cosas de un modo *reproducible*”.

Es decir, una forma de decir que dentro de una sociedad post industrial ya no nos concentramos en los detalles del cambio, como pueden ser las diferentes maquinarias, sino que nos centramos en el método mismo.

Así, en las sociedades post industriales, el núcleo de preocupaciones no es la producción industrial sino la producción de este conocimiento, la información, que pasa a ser el núcleo fundamental de trabajo.

¹⁴Harvey Brooks junto a Daniel Bell definen en 1971 uno de los conceptos fundamentales a la hora de explicar la Sociedad de la Información, la Tecnología Intelectual, haciendo referencia al fenómeno por el que todos los procesos de una sociedad se explican mediante el conocimiento.

2.1.2.4 Sociedad de la Información. Yoneji Masuda

“Una Sociedad que crece y se desarrolla alrededor de la Información y aporta un florecimiento general de la creatividad intelectual humana, en lugar de un aumento del consumo material (Masuda: 2010)¹⁵”

Así es como Yoneji Masuda¹⁶ hace referencia a la Sociedad de la Información, con esta definición que aporta en una de sus obras de referencia, el sociólogo japonés define el fenómeno de la sociedad tecnológica en Japón en 1981.

Fue uno de los pioneros en conceptualizar la idea de Sociedad de la Información como tal y a lo largo de su extensa trayectoria como presidente del instituto para la Sociedad de la Información para Japón y profesor universitario, publica diferentes obras, de las cuales, su obra de referencia es “*The Information Society as a Post - Industrial Society*” de 1980 y traducido a numerosos idiomas¹⁷.

En esta obra encontramos su visión sobre la sociedad dominada por la Información, en la que la define a partir del momento clave de la llegada de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), que suponen una revolución en el funcionamiento social.

Su forma de explicar y de definir su concepto de Sociedad de la Información, como aquella que está dominada por el conocimiento, se entiende como un estudio prospectivo, puesto que es pionero y funciona como una forma de marcar las pautas para posteriores planes estratégicos en el funcionamiento de la sociedad.

En definitiva, su aporte hacia la definición de la Sociedad de la Información es la consideración de que se trata de la era en la que los medios electrónicos dominan las

¹⁵Afirmación de **Yoneji Masuda** recogida en: *Herramientas de la Sociedad de la Información*. (2010) Telefónica. Xunta de Galicia, pág. 4.

¹⁶**Yoneji Masuda** (1905 - 1995) Sociólogo japonés de referencia en la definición del modelo de sociedad tecnológica para Japón, así como la para la implantación del concepto de Sociedad de la Información.

¹⁷En España el título es traducido por “*La Sociedad informatizada como Sociedad Post – Industrial*” Fundesco, Tecnos, Madrid 1984.

relaciones sociales y la comunicación a nivel mundial y siguen modificando a día de hoy las formas de actuar y de comunicarse con el mundo.

Por tanto, los medios de comunicación dominados por Internet producen toda una esfera de cambios que si bien modifican el funcionamiento de la sociedad, también acarrearán efectos positivos para la información, la convierten en el epicentro del sistema de producción y esto le permite una expansión de la calidad de la información y el aumento de su almacenamiento a nivel mundial.

2.1.2.5 Sociedad informacional y Sociedad Red – Manuel Castells

El sociólogo Manuel Castells¹⁸ una de las grandes voces de la sociología a nivel mundial, se conoce como uno de los padres de la Sociedad de la Información en España, puesto que introduce a la investigación sociológica de dichas sociedades dominadas por el conocimiento, nuevos conceptos que introducen nuevas consideraciones en el orden internacional.

Tras mencionar las diferentes consideraciones de autores, expertos en la materia de la Sociedad de la Información, como Daniel Bell o Masuda, nos aproximamos a los axiomas del sociólogo Manuel Castells, que introduce algunos elementos diferenciadores dentro de la Sociedad de la Información.

Establece una nueva distinción analítica entre conceptos como “*Sociedad de la Información*” y “*Sociedad Informacional*” como nuevo concepto referido a dichas sociedades y determina que, si bien, ambas concepciones cuentan con implicaciones similares a efectos de la economía de la Información, en lo que respecta a la concepción y funcionamiento en sí de esta sociedad, sí se aprecian diferencias entre ambos.

El sociólogo utiliza los términos de Sociedad Informacional y economía Informacional, como dos términos innovadores en el ámbito social y como una forma de

¹⁸ **Manuel Castells (España, 1942)** Sociólogo y profesor Universitario de sociología, director del Internet Interdisciplinary Institute en la Universidad Abierta de Cataluña entre otros muchos cargos. Se considera, el quinto académico de las Ciencias Sociales más citado del mundo y el académico de las Tecnologías de la Información y la comunicación (TIC) más citado del mundo.

integración en él mismo y explicar el engranaje de la Sociedad, más allá de la simple consideración de que hablamos de un sistema en el que domina el Conocimiento y la Información, que son elementos fundamentales en el funcionamiento Social. (Castells, 1997:47)

A la hora de referirse al término “Información”, Castells determina, se trata de la Información como proceso de comunicación del conocimiento, algo que siempre ha sido fundamental para el funcionamiento de toda sociedad, desde los tiempos de la Europa Medieval.

Mientras que en lo que a “Sociedad Informacional” se define como una forma específica de organización social, en la que cual el procesamiento y la transmisión de la información son el eje principal de la productividad y del poder, debido a una serie de condiciones tecnológicas que vienen supeditadas al momento histórico que vivimos.

Como bien señala Castells, el termino de Sociedad de la Información ha llegado a considerarse un todo, es decir, tanto un proceso de comunicación en el que únicamente se difunde información, como también, una sociedad en la que la organización fundamental gira en torno a la misma información, que controla y manipula todos los aspectos de la sociedad.

Para poder expresar la diferencia esencial que considera existe entorno a los conceptos que definen la sociedad de la Información, realiza un símil entre los términos de Información e Informacional y los términos Industria e Industrial.

De forma que, una sociedad Industrial, como una noción habitual en la sociología, no se define únicamente como una sociedad en la que existe la Industria, sino aquella en la que las formas sociales y tecnológicas impregnan todas las esferas de la actividad y de la vida diaria¹⁹.

Una vez delimitadas las diferencias que Castells plasma entre “Información” e “Informacional”, nos aproximamos a otro término que el sociólogo aporta para definir una Sociedad en la que el poder está en manos del Conocimiento.

¹⁹ **Sociedad Informacional.** Para poder comprender la extensión del término Sociedad Informacional, Castells lo define mediante un símil con la Sociedad Industrial. En definitiva, una sociedad dominada por una serie de formas sociales y tecnológicas que dominan el todo, desde los individuos, a las diferentes esferas de actividad de la Sociedad. Mientras que Información, lo reduce al proceso de comunicación que se aprecia desde los orígenes en toda Sociedad.

El fenómeno informacional o de informacionalismo, se considera un paradigma tecnológico, es decir, se hace referencia al poder que adquiere la tecnología para controlar la organización social y las instituciones, de forma que proporciona la base de un determinado tipo de estructura social, lo que el mismo denomina “**Sociedad Red**”.

De forma que, tras delimitar las diferencias entre los términos Información e Informacional, el sociólogo nos introduce la Sociedad Red, como un sistema informacional en el que Internet y las nuevas tecnologías se convierten en el núcleo central para conseguir efectividad, productividad y consumo.

A comienzos de los años setenta es cuando el paradigma tecnológico de las sociedades comienza a elaborarse y organizarse en torno a la tecnología de la Información, sobretodo en el poderoso Estados Unidos, donde se hace patente a nivel mundial, que ha surgido una nueva forma de gestionar la sociedad y su interacción y producción global dominados por las tecnologías.

Una nueva fórmula de la Sociedad que supone un vuelco para los clásicos medios de comunicación, más conocidos como los mass media, aquellos conglomerados de los primeros tiempos en los que el funcionamiento era una jerarquía vertical, han dejado paso a un nuevo modelo de medios electrónicos en los que la información circula libremente.

Así, Castells designa la Sociedad Red como una estructura social realizada por redes de información propulsada por las tecnologías de la Información como característica del paradigma informacionista.

Es, cuanto menos, significativo, señalar la competencia que existe entre diferentes expertos en la materia de la sociedad de la Información a la hora de señalar las diferentes consecuencias que la Sociedad Red trae consigo.

Si bien, para Castells, la implantación de una Sociedad Red supone un plus en cuanto a la democratización de la Información, autores como Ignacio Ramonet y Juan Luis Cebrián ven la circulación de la información a través de la Sociedad Red desde otro prisma completamente distinto.

Una Sociedad dominada por las nuevas tecnologías y la información, para Castells supone una nueva forma de organización de los medios de comunicación, una organización horizontal en contraposición a los clásicos mass media.

De forma que, el hecho de que el conocimiento circule libremente por la red, supone una forma de democratización de la Información, en el sentido de que la información está al alcance de todos, por tanto, supone una vía de emancipación desde los medios de masas.

Sin embargo, la lectura de Castells contrasta con la Ramonet²⁰, que niega el hecho de que Internet sea en sí la “democracia de la Información”, todo lo contrario, la Red avanza relacionada a la “globalización como hecho comunicativo “es decir, el control de la comunicación recae en manos de unos cuantos y lejos de la utopía de la democratización, nos lleva a incrementar las diferencias sociales y brechas digitales existentes dentro del sistema Internacional.

2.1.3 Elementos de la Sociedad de la Información

Una vez analizadas las principales referencias existentes en torno a la definición del fenómeno de la Sociedad de la Información, podemos tener un concepto claro del escenario que analizamos como sociedad en la que la información y/o el conocimiento tienen la capacidad de dominar todo un engranaje social.

En definitiva, podemos establecer la definición de la sociedad de la Información como fenómeno con la siguiente afirmación:

“La Sociedad de la Información es una realidad que tiene sus pilares la consideración de la información como un bien económico que sustituye a las actividades industriales y constituyendo un paradigma que se convertirá en la base de las relaciones socioeconómicas”²¹

²⁰ **Ignacio Ramonet:** (Pontevedra 1943) Periodista Español director de 1990 a 2008 del diario francés “*Le monde diplomatique*”.

²¹ **“De la Sociedad de la Información a las Sociedades del Conocimiento”** *Vasos comunicantes en el cambio de Milenio. 1960 – 2010*” Tesis Doctoral: Jordi López i Amat. Pág.50

Así, con todos los axiomas sobre el concepto de Sociedad de la Información planteados, podemos afirmar, a modo de conclusión, que la existencia de voces hablando sobre la Sociedad de la Información es tan amplia como el número de conceptos que se utilizan para definirla.

Es decir, a medida que se avanza en el tiempo o que diferentes sociólogos se dedican a estudiarla, podemos hablar de *Sociedad de la Información*, *Sociedad post industrial* o *Sociedad Post moderna*, entre otros, simplemente diferentes nombres para referirnos a un mismo periodo de tiempo.

Una etapa que se caracteriza por una serie de efectos y transformaciones en todos los ámbitos de la sociedad existente hasta ese momento.

Así, a partir de la definición de esta Sociedad como aquella en la que la información es el núcleo central del sistema, aparecen una serie de elementos o características que nos permiten definirla a nivel mundial.²²

Esta serie de elementos definitorios de la Sociedad de la Información vacilan en diferentes categorías o ámbitos, como la **tecnología**, el **espacio - tiempo**, la **organización internacional** y el **factor económico**.

Uno de los pilares de la Sociedad de la Información se centra en los medios de comunicación que utiliza para difundir el conocimiento, hoy en día, la tecnología, que nos permite propagar todo tipo de información a toda una sociedad globalizada a través de múltiples canales digitales.

Como bien se afirma en la obra “*La Revolución digital y la Sociedad de la Información*” (Martinrey, Serrano Martín:2011:155), y como hemos ido reiterando en capítulos anteriores, una de las cuestiones determinantes en la Sociedad de la Información, que la tornan comparable al proceso de Revolución Industrial, es que supone un salto en los procesos sociales, por la aplicación masiva de la tecnología en los procesos productivos.

²²Al hablar de **la Sociedad de la Información a nivel mundial**, hacemos referencia a las características comunes que encontramos en aquellas sociedades dominadas por el conocimiento, que independientemente del lugar en el que se encuentren, funcionan con los mismos mecanismos e idénticas características.

Según la definición de la RAE podemos decir que tecnología es aquel conjunto de instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto y un conjunto de teorías y técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.

Así, dentro del universo de la Sociedad de la Información, podemos aplicar la definición de tecnologías para hacer referencia a aquellos medios de comunicación que se tornan en instrumentos esenciales para conseguir difundir el saber y el conocimiento a todos los niveles con el mismo fin de hacer que la sociedad a nivel mundial obtenga los mejores niveles de conocimiento²³.

En la Era de la Información estos instrumentos son las denominadas TIC, tecnologías de la Información y la Comunicación que se implantan como un nuevo nivel de los clásicos medios de comunicación de masas, sobre todo desde el momento en que la informática y los medios tienden a identificarse en lo que se conoce como entorno multimedia.

Los viejos mass media deben adaptarse a un nuevo entorno de comunicación, por tanto, no solo deben competir con los medios tecnológicos, sino adaptarse a ellos para poder jugar dentro de la globalización mundial y la apertura de mercados.

Uno de los primeros informes oficiales sobre la presencia de la Sociedad de la Información a nivel internacional es el Informe MacBride de la UNESCO²⁴, publicado en 1980 que asumía la globalización en ciernes de la Sociedad de la Información y aunaba conceptos de información y comunicación

En definitiva, las tecnologías tienen el poder de crear dependencia por parte del resto de medios existentes, que son conscientes de que deben entrar en el juego digital si quieren seguir en el mercado.

²³Esta afirmación sobre la difusión del conocimiento alrededor de la sociedad mundial de la Información cuenta con una serie de matices sobre su implantación que desgranaremos en apartados posteriores, puesto que supone una serie de desequilibrios y desigualdades dentro de diferentes sectores de la sociedad con problemas de acceso a la información.

²⁴**Informe MacBride** “*Voces múltiples, un solo mundo*”, Informe publicado por la UNESCO en 1980, redactado por la Comisión presidida por el Sean MacBride, analiza los problemas de comunicación en el mundo y las sociedades modernas sobretudo en relación a comunicación de masas y la prensa internacional y sugiere un nuevo orden comunicacional para solucionar estos problemas y promover la paz y el desarrollo humano.

Esto conlleva nuevas formas de ver la Sociedad de la Información, como es el caso de la Sociedad Red, definición de Manuel Castells, o el caso del filósofo español Javier Echevarría²⁵ que hace referencia en sus obras al término “tercer entorno” para referirse al mundo generado en el contexto de la Sociedad de la Información, una sociedad virtual o espacio social dependiente de las nuevas tecnologías.

En lo que respecta a la dimensión espacio – tiempo, la llegada de las nuevas tecnologías hace que hablemos de una nueva superficie que escapa a lo real, es decir, que nos permite establecer un espacio - tiempo virtual y concreto, de forma que llegamos a hablar de una sociedad de la información como una Sociedad Red o galaxia de Internet, una realidad en sí misma independiente y estructurada digitalmente.

La instantaneidad se ha tornado el elemento clave de la Sociedad Red, ya que los procesos de comunicación ya no entienden de tiempos, se han acelerado de tal forma que ,en segundos, se puede difundir cualquier tipo de información a cualquier parte del mundo.

Con la celeridad que nos otorgan las nuevas tecnologías, se permite romper fronteras, se generan comunidades virtuales y se posibilita el que se interrelacionen mercados, de forma que los dos términos característicos de la Sociedad de la Información, o Sociedad Red, se ven vinculados, el espacio y el tiempo.

A medida que las nuevas tecnologías nos permiten el acceso a las redes de forma instantánea, desde cualquier parte del mundo, el espacio entre las sociedades mundiales se torna escaso.

El tiempo que nos proporcionan las nuevas tecnologías se puede definir con un concepto de Manuel Castells que habla de “tiempo atemporal”, como una nueva realidad emergente que se desvincula de un tiempo común, como es el pasado, presente o futuro y que se organiza en el espacio.

Otro de los elementos que destacan dentro del modelo de sociedad que nos incumbe es su capacidad de organización internacional. El hecho de que la información se convierta en el poder que domina el mundo, conlleva que aquellos que sean capaces de producirla y

²⁵ **Javier Echevarría.** Filósofo español, autor de obras como “*Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*” (1999) que en sus obras hace referencia a la aparición de un nuevo entorno en el que se produce el intercambio de información y comunicación a través de Internet.

dominarla sean los que se encuentran en el pódium de poder a nivel mundial, poseen el control del mundo.

En la era de la información, la organización internacional viene marcada por la globalización²⁶, a priori, una forma de acceso a la información y a Internet desde todas partes del mundo, facilitada por las tecnologías digitales.

Sin embargo, dentro de la globalización, se encuentran matices que suponen la revisión de la realidad utópica que se plasmaba en un primer momento, ya que trae consigo paradójicas diferencias y matices.

A mayor nivel de unificación general, se produce mayor diferenciación interior, cuantas más zonas abarca la globalización, mayor es la diferenciación que se produce dentro de la propia sociedad.

En lo que respecta al factor económico, como pilar de la sociedad de la Información, puesto que la economía es uno de los principales ámbitos en los que se muestran los cambios de una sociedad post industrial o sociedad red.

Como bien se recoge en capítulos anteriores, en la consideración de Sociedad post industrial señalada por Daniel Bell, se define como una transformación en las formas de producción, ya no se tiene como prioridad los bienes materiales, sino los bienes intangibles como el conocimiento y el saber.

Este nuevo modelo de producción, unido a las nuevas tecnologías, hace que la economía transforme sus modelos productivos, de forma que junto a la globalización forman el tándem perfecto para facilitar la movilidad de capitales y dar lugar a una nueva realidad económica.

Una realidad económica denominada **economía digital** en la que el digitalismo de las nuevas tecnologías se lleva todo el protagonismo de la década de los 90.

La mejor forma de constatar la existencia y el funcionamiento de una economía basada en la Información y la digitalización de la misma, gracias a la influencia que

²⁶**Globalización;** se define como la Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales; se asienta en la sociedad a partir de los años 80, debido a todos los cambios que conlleva en aquel momento la Guerra Fría con una serie de condiciones geopolíticas determinadas por la caída del muro de Berlín y la desaparición de la URSS.

ejercen las nuevas tecnologías, es explicar el funcionamiento de una economía verídica y constatable.

Es el caso de la economía de **Silicon Valley**²⁷, como muestra de un territorio reducido en el seno de uno de los estados americanos para hablar de los rasgos que definen una economía globalizada.

Así, una de las características principales de una sociedad globalizada, como se ejemplifica en Silicon Valley, es la creación de lo que supone una nueva realidad global, un entorno en el que hablamos de fenómenos de exportación e importación de bienes.

Importación de trabajadores expertos y especialistas de todo el mundo hacia el núcleo de la tecnología y exportación de productos y talentos empresariales y técnicos que convierten a esta red en una red de repercusión global.

Por tanto, hablar de esta pequeña región de California supone enumerar las características de la Sociedad de la Información, según la clasificación de Manuel Castells y Pekka Himanen²⁸, en tres elementos fundamentales: la materia prima, la mano de obra y el capital.

Es decir, la información en manos de expertos y especialistas en la material con la ayuda de un capital procedente del departamento encargado de las nuevas tecnologías del estado.

²⁷**Silicon Valley**: Zona Sur del área de la Bahía de San Francisco, norte de California, Estados Unidos. Una pequeña superficie en la que se aloja el desarrollo de gran parte de las multinacionales tecnológicas que controlan el mundo. Supone uno de los núcleos económicos de las nuevas tecnologías a nivel mundial por ser centro líder para la innovación y las tecnologías.

²⁸Modelos institucionales en la Sociedad Red estudiados por Manuel Castells y Pekka Himanen. (Salvat Mantinrey, Serrano Marín: 2011:64)

2.1.4 Sociedad de la Información a nivel mundial

“Un modo de producción que hace que dos terceras partes del planeta pasen hambre y que produce centenares de millones de excluidos es un escándalo”

Pinar Agudiez Calvo

Con esta esclarecedora afirmación, de la mano de una especialista en políticas de Información, como es la doctora en Periodismo Pinar Agudiez Calvo²⁹, podemos establecer el prisma desde el cual nos adentramos en el Orden Internacional para analizarlo y evaluar tanto la realidad funcional de la Sociedad de la Información como los diferentes flujos informativos que advierte en las diferentes esferas mundiales³⁰.

El sistema Internacional de Información se define como un conjunto de elementos tanto de carácter interno; receptores, emisores, medio y mensaje, los elementos de todo proceso comunicativo, junto a los de carácter externo; gobiernos, ordenamiento jurídico y organismos internacionales, que conviven dentro del orden de intercambio de información. Entre pueblos y naciones de diferentes culturas.

Los elementos internos, a priori, funcionan de forma semejante en todo tipo de proceso de comunicación, con la salvedad de que se ven afectados e influenciados por las circunstancias en la que se desarrolla la Sociedad de la Información actualmente.

²⁹ **Pinar Agudiez Calvo:** Doctora en ciencias de la Información y licenciada en Periodismo con una extensa trayectoria en investigación en políticas de información, comunicación en la Unión Europea, desarrollo, sistema mundial de la información, UNESCO, proyectos edu- comunicativos, fenomenología, hermenéutica y retórica.

³⁰ Por **esferas mundiales** entendemos la diferencia que existe entre los países desarrollados y países subdesarrollados a todos los niveles, pero sobre todo en el ámbito informacional. La diferencia de recursos entre países desarrollados y subdesarrollados es elemento característico de la Sociedad de la Información y cómo se implementa en el Orden Internacional mediante dos extremos muy diferentes dentro de una misma sociedad, que si bien, circulan dentro del mismo juego informativo, se encuentran en circunstancias muy diferentes.

Un ámbito desigual³¹, con dos esferas muy diferenciadas entre, los emisores o países fuente, que son aquellos que tienen la capacidad de generar y distribuir información para poder dominar el mundo; es el caso de Estados Unidos, Unión Europea y Japón, que constituyen el núcleo de producción y distribución de información.

Los receptores de información, por el contrario, protagonizan una segunda esfera, la de los países considerados inferiores, por no contar con la misma capacidad que los anteriores para producir o distribuir información, por tanto, se ven supeditados al control que ejerce sobre ellos el trienio poderoso de los emisores y su información.

Gracias a la rápida y eficaz implantación de las nuevas tecnologías, podemos hablar de las características del “medio informativo” con tres elementos clave, la **instantaneidad**, **la inmediatez** y **la ubicuidad**, toda una referencia al elemento espacio – tiempo característico de las sociedad de la Información.

El mensaje, que circula a través de estos medios telemáticos, cada vez se convierte en un elemento proclive con el cual mercader. Dentro de las autopistas de información, la lucha por el poder reside en la cantidad de información que se disponga y que sea susceptible de ser vendida, por tanto, el contenido se ve irremediamente influenciado por los efectos externos como la publicidad y la audiencia.

Este hecho de que la información entre en una espiral de mercadotecnia, basada únicamente en las leyes de mercado, hace que surjan problemas sociales relacionados con el acceso a la información y, por consiguiente, la denominación de países “info ricos” e “info pobres” para referirse a las diferentes esferas de la sociedad.

Así, a la hora de definir la Sociedad de la Información que nos rodea, refiriéndonos a sus características reales, debemos mencionar aspectos como la diferencia de recursos, los movimientos unidireccionales del flujo informativo, la desregulación y los procesos de liberalización de las comunicaciones y concentración transnacional.

³¹ **Anexo- Tabla 1. Página 288** Gráfico de las Exportaciones de Información de los Estados Unidos a las principales regiones y centros del mundo. *La Era de la Información, Economía, Sociedad y Cultura*. Volumen 1. Pp. 416. [Visto: 27 Enero 2014].

Las diferencias de recursos³² entre aquellos que forman parte del poder y aquellos que se ven supeditados a él es tan evidente que lleva a que se produzcan conflictos como la brecha existente entre ambos mundos, que cada vez aumenta su profundidad.

Otra de las características esenciales del Orden Internacional de Información es el flujo informativo - comunicacional, que se define como unidireccional, con países como EE.UU a la cabeza. Producen información para distribuirla desde el centro a la periferia, de norte a sur, o lo que es lo mismo, desde las zonas desarrolladas a las zonas subdesarrolladas.

Un movimiento que avanza en una sola dirección solo puede traer consigo una serie de circunstancias como la concentración de medios desarrollados, de forma que aumenta considerablemente la existencia de multinacionales de la Información que controlan el mundo.

El proceso de concentración transnacional de las compañías de Información se data en dos etapas diferentes; un primer periodo desde 1945 a 1970; época en la que conglomerados de la información se fusionan con los de otros sectores, hasta dar como resultado conglomerados multimedia transnacionales, como es el caso de la empresa norteamericana ATT.

Una segunda etapa; comienza alrededor de 1973 y alcanza nuestros días, un amplio periodo donde se aprecia el desplazamiento del foco de interés desde los clásicos conglomerados hacia las nuevas tecnologías de la información.

De forma que los conglomerados informativos que funcionan gracias a las nuevas tecnologías logran ascender en la pirámide económica internacional y se sitúan en los primeros lugares, cada vez más próximos a las esferas de decisión tanto nacionales como internacionales.

La tendencia que se experimenta en el orden Internacional camina hacia la internacionalización de la tecnología, con un término claro, que es el *tecno - globalismo*.

³² Los datos referentes a diferentes estudios, nos muestran que las diferencias evidentes entre las diferentes zonas mundiales y su acceso a la información. Así, a día de hoy, el sistema de la información está regido por la circulación de más del 80% de la información que se gestiona, produce y distribuye a cargo de grandes agencias de información internacionales procedentes de los pesos pesados del sistema: Associated Press, Reuters y France Press.

La globalización de las tecnologías y la información genera cuestiones como la competencia internacional que se ve incrementada por la implantación de leyes como la **ley de desregulación de las comunicaciones³³ de 1996**, como bien señala Robert Hortwitz en uno de sus artículos de referencia, aparece como un elemento clave que va a controlar la organización informativa.

Esta regulación, clave en el sector de la comunicación para la Industria, supone una serie de principios favorables para los medios de comunicación, como eliminar los límites legales en el número de emisoras por parte del mismo grupo.

Esto hace que la lucha por la primacía en el mercado y por las audiencias se vuelva la principal preocupación de los medios a partir del preciso instante de su implantación.

Así, alcanzamos a mencionar las **Autopistas de Información³⁴**, redes de comunicación globales, como las protagonistas que dominan el poder y el flujo de información a nivel mundial.

A nivel mundial, los líderes de los siete países más industrializados del mundo destacan la necesidad de fomentar el desarrollo de una Sociedad de la Información Mundial en la que las políticas de Información de todos los países se mantengan esclarecidas y descritas a nivel Internacional.

Con el escenario de la desregulación de las comunicaciones y la consiguiente liberalización para las mismas, las grandes potencias comienzan a establecer pautas sobre cómo trabajar en la Sociedad de la Información.

Esto supone el punto de partida de la celebración de la **Conferencia ministerial del G7 sobre la Sociedad de la Información**, cumbre celebrada en 1995 en Bruselas, con una fuerte presencia de miembros de la Comisión Europea.

³³ **HORTWITZ, Robert:** “La desregulación como proceso político “Centro de investigación y Docencia Económica, Revista Política, 2000. Fondo Aleph, Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales.

³⁴ **Autopistas de Información:** Denominadas así por Al Goore, también conocidas como redes de inteligencia distribuida, permiten compartir información, conectar y comunicarnos como una comunidad global. Se convierten en las protagonistas de la Infraestructura Global de la Información (GII) y en el soporte técnico de la futura Sociedad Global de la Información (GIS), suponen así mismo uno de los puntos centrales de la iniciativa tecnología dentro la política de EE.UU en la década de los 90.

En esta cumbre, como su propio nombre indica, se busca concienciar sobre los beneficios de la Sociedad de la Información y la necesidad de plantear una serie de principios básicos para alcanzar la Sociedad global de la Información.

Las nociones básicas sobre las que se trabajan son la cooperación como camino a seguir en la Sociedad de la información, el ciudadano como foco de las acciones y el establecimiento de un sistema jurídico y legal internacional junto a la introducción de aplicaciones interactivas.

A partir de la participación de los países más industrializados a nivel internacional en dicha conferencia, se establecen una serie de proyectos piloto³⁵ que deben celebrarse y se consideran esenciales para continuar con los principios establecidos en las conclusiones del G7.

En definitiva, las áreas de discusión y de trabajo que se plantean en esta conferencia y en las reuniones que se organizan posteriormente se resumen sobre una base común; la difusión de contenidos culturales y sociales en el Sistema Internacional, una estrategia en torno al desarrollo de las infraestructuras, las mencionadas Autopistas de Información y como tercera y última se estudia el marco de acceso universal a dichas autopistas por las que circula la información.

La celebración de esta cumbre de la Sociedad de la Información en 1995 supone la confirmación de la importancia que se debe otorgar a la información y a su poder como elemento de la Sociedad, no solo por su contenido en sí mismo, sino por su pertinencia y accesibilidad.

Ante la situación que se plasma en dicha cumbre, una Sociedad dominada por la Información y caracterizada por desigualdades entre “info ricos” e “info pobres”, desde la Organización Mundial se plantean soluciones que requieren la unión y el esfuerzo de todos los países participantes, con el fin de hacer que todas las zonas y naciones puedan gozar de unas condiciones óptimas dentro de las divisiones del Orden Internacional.

³⁵ Estos proyectos piloto, que surgen a partir de las conclusiones de la Cumbre de la Sociedad de la Información, tocan temas como: “Inventario global de informaciones relevantes en el desarrollo de una Sociedad de la Información”, “Interoperabilidad global para las redes de banda ancha”, “educación y formación transcultural”.

Así, en el año 2000 Naciones Unidas recata la **Declaración del Milenio**³⁶, documento del que destacamos el punto quinto en el que se expresa la labor principal que se debe desarrollar para conseguir una “mundialización positiva”:

“Creemos que la tarea fundamental a que nos enfrentamos hoy es conseguir que la mundialización se convierta en una fuerza positiva para todos los habitantes del mundo, ya que, si bien ofrece grandes posibilidades, en la actualidad sus beneficios se distribuyen de forma muy desigual al igual que sus costos.”

“solo desplegando esfuerzos amplios y sostenidos para crear un futuro común, basado en nuestra común humanidad en toda su diversidad, se podrá lograr que la mundialización sea plenamente incluyente y equitativa”³⁷

Para poder alcanzar estos objetivos plantea la necesidad de adoptar una serie de líneas de acción y de políticas de información que deben llevarse a cabo para solventar la difícil situación que viven aquellos países que no cuentan con la fortuna de formar parte del trienio poderoso del sistema de la Información.

Así, como respuesta a estos principios, se celebra la **Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI)**³⁸, que se celebran en dos tandas, Ginebra en 2003 y Túnez en 2005.

³⁶ **La Declaración del Milenio**: Documento redactado por Naciones Unidas en el año 2000, en el que los jefes de Estado pertenecientes a la organización Internacional establecen una serie de principios a seguir con el fin de lograr la igualdad y cooperación entre los diferentes países.
[<http://www.un.org/spanish/milenio/ares552.pdf>] [Visto el 1 de Enero de 2014]

³⁷ **Declaración del Milenio (2000)**. Página 2. Principio número 5.
[<http://www.un.org/spanish/milenio/ares552.pdf>] [Visto el 2 de Enero de 2014]

³⁸ **Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI)**. De acuerdo con la Resolución 56/183 de la Asamblea General de la ONU, la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información se llevó a cabo en dos fases. La primera fase tuvo lugar en Ginebra, del 10-12 de diciembre del 2003 y la segunda tuvo lugar en Túnez, del 16-18 de noviembre del 2005. Se considera una forma de abordar todas las cuestiones relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) de forma estructurada e integradora. Con el fin de terminar con algunas de las consecuencias más negativas, como la aparición de las conocidas “brechas digitales”.

En la declaración de principios que precede la celebración de la primera fase de la cumbre, Ginebra en el año 2003, se recogen una serie de principios en los que se deben seguir los objetivos de la Carta de Naciones Unidas y trabajar en pro del desarrollo y beneficio de la sociedad.

Así, se reconocen las nuevas tecnologías de la Información y comunicación como herramientas esenciales para lograr el progreso, la iniciativa y el bienestar de los seres humanos.

“La capacidad de las TIC para reducir muchos obstáculos tradicionales, especialmente el tiempo y la distancia, posibilitan, por primera vez en la historia, el uso del potencial de estas tecnologías en beneficio de millones de personas en todo el mundo”³⁹

Para lograr los puntos establecidos y alcanzar el desarrollo de todos los países, encontrar una sociedad de la Información con ventajas y características integradoras, se redacta el **Plan de Acción de Ginebra**, donde se mencionan una serie de acciones necesarias para poder alcanzar todos aquellos principios que se consideran esenciales en una Sociedad de la Información igualitaria e integradora entre naciones.

La segunda fase de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, data en 2005 y es desarrollada en Túnez, donde en primera instancia se comprueban los resultados de las actividades planteadas en la primera fase de Ginebra y se continúa avanzando para lograr los objetivos principales de la Declaración del Milenio.

En el nuevo Plan de Acción de Túnez 2005, en el que se implementan los principios a escala nacional regional e internacional, persiste unos objetivos claros a conseguir, alcanzar una distribución más uniforme y equitativa de la información en sociedad y evitar en la medida de lo posible las “brechas digitales” existentes.

³⁹ **Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. Ginebra 2003 – Túnez 2005.**”Declaración de principios. Construir la Sociedad de la Información: Un desafío Global para el nuevo Milenio”. Principio nº8. Página 2.

[http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0004!!PDF-S.pdf][Visto el 2 de Enero de 2014]

Pero también establece una serie de medidas que deben llevarse a cabo para garantizar que se trabaja en pro de una sociedad de la Información igualitaria, como son la creación de:

- Foro de la Gobernanza de Internet (IGF)⁴⁰
- Grupo de las Naciones Unidas sobre la Sociedad de la Información (Un Group on the Information Society – UNGIS)⁴¹

Como fórmula de seguimiento de todos los puntos puestos sobre la mesa en la mencionada Cumbre de 2005, la organización de Naciones Unidas presenta una estrategia a plazo medio 2008 – 2013, plazo en el que se debe continuar en el trabajo por la consolidación de la paz, la erradicación de la pobreza y el desarrollo sostenible de las zonas más desfavorecidas.

Así, los principios a seguir para conseguir preservar y continuar todos estos principios mencionados son lograr constituir sociedades del conocimiento integradoras recurriendo a la información y a la comunicación, alcanzar mejoras en el acceso a la información y realizar unas políticas de información eficientes a nivel internacional, controladas por competencias del la UNESCO.

Con el fin de continuar en el avance de los objetivos planteados para el desarrollo de la Sociedad de la Información a nivel mundial, los estados miembros de la UNESCO acepten realizar un evento multisectorial sobre las Sociedades de la Información, que permita evaluar si realmente el trabajo se ha realizado correctamente.

⁴⁰ **El Foro de gobernanza de internet (FGI)** es un foro de discusión de políticas entre diversos sectores de la sociedad civil interesados en la temática relacionada a la gobernanza de internet. Fue creado a finales de 2005 por el Secretario General de las Naciones Unidas siguiendo una resolución de los gobiernos en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI).

⁴¹ Mediante el **UNGIS** se organizaron consultas abiertas sobre los mecanismos de financiación necesarios para promover las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) al servicio del desarrollo. La reunión fue convocada en respuesta a una resolución del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas (ECOSOC), organismo que supervisa en todo el sistema de las Naciones Unidas las actividades de seguimiento de los resultados de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI).

Este evento, como revisión de la Cumbre de la Sociedad de la Información, comienza en 2013, con la reunión de evaluación – CMSI +10, que supone un análisis de las tendencias y posibles recomendaciones para avanzar en el proceso de mejora de la Sociedad de la Información.

Así, alcanzamos el punto actual en el que nos encontramos, dentro de la sociedad de la Información, con la reciente celebración de la **CMSI +10 de 2013**⁴² y con una serie de objetivos que se deducen de los análisis realizados y que se evaluarán de nuevo en reuniones posteriores como la prevista por la UIT para 2014.

Los resultados que surjan de los diferentes procesos de evaluación todavía tendremos que esperar para comprobarlos, puesto que, se integrarán dentro de los objetivos plasmados para el desarrollo del milenio de la ONU y así elaborar un posible **marco de desarrollo sostenible post 2015**.

2.1.4.1 Sociedad de la Información en la Unión Europea

La imposición de la sociedad de la Información, con una realidad social de integrados y excluidos, llega de forma tardía al viejo continente europeo, un tiempo más tarde de que se fundase en el continente americano.

A la hora de establecer este modelo de sociedad, la Unión Europea contaba con la ventaja de tener un camino allanado por los americanos, de forma que, podía adentrarse en el terreno con la seguridad de que el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación traen consigo un imparable impacto social.

Para la Unión Europea, el hecho de poder acceder a una Sociedad de la Información, supuso una forma de acceder al mercado mundial, es decir, integrarse en la

⁴²**Proceso de revisión de la Sociedad de la Información:** CMSI +10 en 2013. [<http://www.itu.int/wsis/review/2013.html>]

vorágine de una globalización en la que grandes potencias, consideradas fuerzas pesadas para Europa, eran las que dominaban el mundo.

Implantar una sociedad basada en el conocimiento, suponía para el viejo continente albergar una naturaleza comunal con procesos de informatización, una serie de mecanismos de avance y adaptación como la alfabetización, programas de gobierno electrónico y maximizar los puntos de acceso telemáticos para poder formar parte del movimiento global de la sociedad.

Europa, debido a su dura reconstrucción económica tras la segunda Guerra Mundial, siempre se ha visto relegada al segundo escalón en la jerarquía mundial tras el gigante americano, por ello, los directivos europeos ven en la posibilidad de pertenecer a la sociedad de la Información la oportunidad de aproximarse a su poder en el orden internacional.

Uno de los mayores retos de la Unión Europea era poder superar las barreras que suponían las políticas y legislaciones de cada uno de sus países miembros y lograr establecer unas políticas comunes a nivel de bloque, que pudiesen competir con las establecidas en EE.UU.

Por tanto, las directivas europeas comienzan a plantearse elaborar una serie de medidas comunitarias para poder hacer frente a la competencia norteamericana, de forma que se implementa la estrategia de eliminación de fronteras de los países comunitarios dentro de la Unión Europea en ámbitos físicos, técnicos y fiscales.

Hasta este momento en que los cambios en las políticas europeas son esenciales, ya se habían tomado medidas que incitaban a los países de la Unión Europea a trabajar juntos, sin embargo, nunca se alcanzaba el objetivo común de avanzar de forma unificada.

Así, en 1989 aparece la “Normativa de TV sin fronteras”⁴³ (normativa 89/552), que se presenta ante los ciudadanos europeos con rango de ley, sin embargo, no tiene el seguimiento esperado.

⁴³“Normativa de TV sin fronteras” 1989: La filosofía de esta normativa se basa en establecer unos principios para la primacía de la información europea, de forma que incluye la regulación del libre acceso de todos los ciudadanos europeos a la información y a la comunicación, establecer que la programación europea tenga preferencia frente a la de otros países no europeos, entre otras muchas medidas de control de la televisión europea.

En la década de los años 90, tras fracasos como el de la mencionada normativa, comienzan a escucharse un aluvión de críticas generalizadas contra el sistema informativo y el consiguiente monopolio de los medios de comunicación.

Así, es como en la Comisión Europea se siguen una serie de eslabones en los que se avanza hacia las políticas de Información y Comunicación de la mano de los diferentes presidentes de la Comisión Europea.

Como bien señala Antonio Alabau (Alabau: 2002,47) en su obra sobre Políticas de la Unión Europea, se pueden establecer una serie de etapas presididas por figuras como:

1. Comisión Delors (1985 – 1994)

Con Jaques Delors a la cabeza, en la que se comienza una ardua labor de políticas en torno a la información dentro de un complejo escenario que conlleva la aparición del “Libro Verde”⁴⁴, que suponía un documento elaborado por la Unión Europea en el que, tras plantear a la ciudadanía el escenario informativo europeo, se plasma la necesidad de establecer una legislación y unas normas para la privatización y la concentración de los medios.

Con el descontento que provoca la situación informativa y la profunda crisis económica que azota el continente, en 1993 el consejo Europeo encarga la preparación del **Libro Blanco de Delors**⁴⁵: “**Crecimiento, competitividad y empleo: retos y pistas para entrar en el siglo XXI**” en el que se daba a conocer por primera vez en Europa el concepto de Sociedad de la Información.

En este documento se hace referencia a la Sociedad de la Información como factor clave para poder superar la crisis económica existente, por tanto, se apuesta por suprimir todo tipo de obstáculos reglamentarios para la apertura de nuevos mercados.

⁴⁴**Libro Verde de la Unión Europea: 1990**

[http://ec.europa.eu/green-papers/pdf/satellite_communications_gp_com_90_490.pdf]

⁴⁵**Libro Blanco de Delors de la Unión Europea:** se presentan como libros blancos de la UE, aquellos documentos que suponen una propuesta de acción sobre determinado tema en concreto y las propuestas de acción conjunta que se deben tener en cuenta por parte de los países de la unión para solucionarlo.

Así, se crean las condiciones necesarias para que las empresas europeas puedan desarrollar su estrategia competitiva en las esferas nacional e internacional.

En cuanto a las fórmulas de actuación que se presentan en este documento, destacan los cambios planteados en la escena internacional en terrenos como el tecnológico y económico, en el que se debe otorgar a la información el papel principal.

El objetivo de este texto es definir un espacio común de información y crear una industria de los contenidos que gire en torno a ella. Para alcanzar los fines marcados se tienen en cuenta principios como la difusión de las tecnologías de la Información y Comunicación Europeas o la modificación del marco reglamentario de las telecomunicaciones en la Unión.

Los objetivos plasmados en este Libro Blanco de Delors necesitaban materializarse y pautar las acciones políticas a llevar a cabo, por ello, la Unión Europea encarga a personalidades de la política y las telecomunicaciones establezcan una serie de medidas específicas para crear infraestructuras en el espacio de la Información.

Así, es como nace el informe europeo conocido como “**Informe Bangermann**”⁴⁶, con una temática clara: “*Europa y la Sociedad Global de la Información. Recomendaciones al Consejo Europeo*”.

Este informe supone el punto de partida para la elaboración de un programa en el que se establecen todas las medidas necesarias en cuanto a Infraestructuras de telecomunicación y medios jurídicos y económicos para que Europa pueda acceder a la esfera global de la Sociedad de la Información con cierta garantía de éxito.

Se hacía hincapié en la importancia de una iniciativa privada para desarrollar las nuevas tecnologías de la información pero, previamente, es necesario dejar establecido un entorno jurídico que marque las pautas de los mercados nacionales.

⁴⁶ **Informe Bangermann:** Documento elaborado por un grupo de expertos en materia de Sociedad de la Información y cómo implantarla con éxito en la Unión Europea, el comisario europeo Martin Bangermann, da nombre al documento.

En 1994 se presenta el texto: “**Europa en marcha hacia la Sociedad Global de la Información. Plan de actuación**”⁴⁷ en el que se revisan todos los aspectos en los que la Comunidad Europea debía trabajar para conseguir el objetivo de alcanzar la plenitud en la Sociedad de la Información.

En concreto, los puntos fundamentales de trabajo de la Comisión Europea eran: establecer un marco reglamentario y jurídico y una red tecnológica. Una serie de modificaciones básicas que traerían cambios en la sociedad, cultura y demás ámbitos generales.

Una vez presentados todos estos documentos, que recogen las necesidades evidentes del continente europeo para poder entrar a una globalización de la información, se convocan diversas Conferencias Intergubernamentales (CIG)⁴⁸, con el fin de conocer la opinión ciudadana al respecto, que deja clara la idea de la necesidad de plasmar una serie de políticas de información y comunicación eficaces.

A partir de 1995, se produce una sucesión en la presidencia de la Comisión Europea que nos lleva a establecer lo que será una segunda etapa en la formulación de políticas de Información funcionales.

2. Comisión Santer (1995 – 1999):

Esta nueva etapa, como su propio nombre indica, comienza con la posesión de la nueva comisión Europa por parte de Jacques Santer. Periodo que se va a caracterizar por llevar a cabo una serie de responsabilidades en telecomunicaciones que continuaban con Bangermann a la cabeza.

La principal labor de la Comisión en esta época es finalizar el proceso de elaboración del marco reglamentario que permitiera implantar la plena competencia en el sector, de forma que en 1998, dentro del marco de la Organización Mundial del Comercio se pasa por la liberalización del sector.

⁴⁷ **Informe Europeo:** Europa en marcha hacia la Sociedad Global de la Información. Plan de actuación. [<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A4-1996-0244&language=ES>]

⁴⁸ **Las CIG** (Conferencias Intergubernamentales) se convocan para revisar los tratados y con un afán también comunicativo. Se trata de hacer que los tratados sean más transparentes a los ciudadanos europeos y que el texto sea más legible

Pero a modo retrospectivo, hacemos referencia al **Tratado de Ámsterdam de 1997** donde se establecen principios como la *pluralidad de la información*, la *transparencia del espacio informativo* y la *veracidad* que se exige a la información comunitaria; mientras desde la Comisión y el Consejo Europeos se trabajaba conjuntamente para elaborar un marco económico de la Unión; **Agenda 2000**⁴⁹.

En 1998 se presenta el **Informe de Peter Pex**, texto del parlamento Europeo que asume, por primera vez, que la existencia de las políticas de comunicación facilita la participación ciudadana.

Este documento declara la necesidad de los recursos económicos y humanos en materia de información y comunicación, ya que sin ellos, no es posible avanzar hacia las políticas de comunicación requeridas como elemento sinequánone de la UE.

3. Comisión Prodi (1999 - 2004):

En esta etapa, presidida por Romano Prodi, comienza con una ardua labor en pro de la credibilidad de la comisión europea, tras la dimisión de Santer.

A inicio de los años 2000, la comisión publica el documento en el que presentaba sus **objetivos estratégicos para el periodo 2000 – 2005**⁵⁰, entre los que destacan la dinamización de la Unión Europea y recuperar su liderazgo Mundial.

En lo que respecta a la Sociedad de la Información, continua la iniciativa de relanzarla, por lo que se presenta la Iniciativa **eEuropa**⁵¹, como marca referente de la labor de la comisión.

⁴⁹ El proyecto: “**Agenda 2000: Por una unión más fuerte y más amplia**” (COM [97] 2000) es aprobada una vez finalizada la Comisión Santer, que presenta su dimisión en 1999 y da paso a la etapa de la Comisión Prodi.

Se trata de un programa de acción de la UE destinado a reforzar las políticas comunitarias, y a dotar a la unión Europea de un nuevo marco financiero para el periodo 2000 – 2006, teniendo en cuenta la perspectiva de la ampliación. Este proyecto abarca cuatro ámbitos legislativos como: la reforma de la política agrícola común, la reforma política estructural, instrumentos de preadhesión y un nuevo marco financiero.

⁵⁰ Para plasmar los objetivos a conseguir en este periodo se elabora el **Libro Blanco sobre la Gobernanza Europea**. [SEC (2000) 1547. Documento de trabajo de la Comisión. Bruselas 11 Octubre 2000. Referencia en “La Unión Europea y su Política para la Sociedad de la Información” *En el umbral de una nueva gobernanza europea*. Antonio Alabau. 2002. Fundación Airtel Vodafone.

Esta iniciativa entorno a la Sociedad de la Información, se crea para asegurar que la Unión Europea obtenga el máximo beneficio de las consecuencias que trae la implantación de la Sociedad basada en el conocimiento.

A pesar de contar con algunas medidas en pro de la Sociedad de la Información y su funcionamiento, la iniciativa eEuropa se crea para acelerar determinadas políticas y alcanzar objetivos como acercar al ciudadano a la era digital y a la comunicación.

Así, podemos decir que a partir de iniciativas como eEuropa, comienza una etapa para la Sociedad de la Información en la que se establece un nuevo marco de cooperación para las políticas de comunicación que se ven ya como herramientas para regular las relaciones institucionales.

La llegada de la Iniciativa eEuropa como una medida de desarrollo de la Sociedad de la Información y sus consiguientes objetivos supone una línea de salida para las propuestas venideras en años siguientes, con una misma base, desarrollar la Sociedad de la Información y hacer que la ciudadanía pueda acceder a un tipo de comunicación digital a través de Internet.

En 2001 se presenta “**eEurope 2002**”⁵², cuyos objetivos iniciales de este plan de acción continúan en la línea de ampliar la conectividad a Internet en Europa y al mismo tiempo abrir a la competencia el conjunto de las redes de comunicación y fomentar el uso de Internet.

Una vez evaluada esta iniciativa en 2002, se plantea continuar en la línea de la Sociedad de la Información en Europa con “**eEurope 2005**”⁵³ y “**eEurope 2010**”⁵⁴ respectivamente.

⁵¹ **Iniciativa eEuropa:** Iniciativa de la Comisión para el Consejo Europeo extraordinario de Marzo de 2000: eEuropa - Una sociedad de la Información para todos. [COM (1999) 687].

⁵² **eEurope 2002:** Impacto y prioridades de Comunicación al Consejo Europeo de primavera de Estocolmo del 23 y 24 de Marzo de 2001 [COM (2001) 140 final - no publicada en el Diario Oficial].

⁵³ **eEurope 2005:** Una sociedad de la información para todos« [COM (2002) 263 final - no publicada en el Diario Oficial].

⁵⁴ **eEurope 2010:** Una sociedad de la información europea para el crecimiento y el empleo» [COM (2005) 229 final - no publicada en el Diario Oficial].

En definitiva, el continente Europeo cuenta ya con más de una década en la lucha por conseguir un espacio europeo único de la Información, en el que todos los países miembros cuenten con beneficios similares en el acceso a la información digital.

Objetivo que, sin embargo, todavía no ha logrado debido al desconocimiento existente en plantear adecuadamente los procesos de normalización tecnológica y derribar las deficiencias y brechas digitales que todavía hoy impregnan Europa.

A partir de estas estrategias marcadas, el último paso más próximo al que podemos hacer referencia, en cuanto a movimiento de la Comisión Europea en pro de la sociedad de la Información, es la creación de la Agenda Digital en el marco de la Estrategia Europea 2020⁵⁵.

A partir de 2010, la Comisión Europea avanza en el camino, no únicamente de la Sociedad Red, sino de hacer que la Unión Europea avance en todos los ámbitos, que le lleva a poner en marcha en marzo de 2010 la estrategia Europa 2020.

La **Agenda Digital para Europa (ADE)** es la primera de las siete grandes iniciativas enmarcadas en el contexto de la Estrategia Europa 2020 que busca que los países miembros trabajen al unísono en un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.

El objetivo es preparar la economía y el funcionamiento de la sociedad Europea en la próxima década, para ello, se plasman toda una serie de iniciativas dirigidas a conseguir niveles elevados de empleo, productividad y cohesión social que se aplican de forma concreta a nivel nacional y de la Unión Europea.

En lo que respecta al sector de las TIC, en la Agenda Digital para Europa⁵⁶, estas medidas se centran en aspectos como crear un contexto regulatorio de la banda ancha, una serie de infraestructuras de servicios públicos digitales para propulsar empleo y, en definitiva, desempeñar el uso de las tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) si Europa quiere hacer realidad sus deseos de mejora hacia 2020.

⁵⁵ **EUROPA 2020.** Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. COM (2010) 2020.

⁵⁶ **Síntesis del contenido de Agenda Digital para Europa 2020.**

[http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/strategies/si0016_es.htm][Visto 8 de Febrero 2014]

En definitiva, una serie de medidas entre las que aparecen aquellas destinadas al entorno de las tecnologías de la Información, que se espera que funcionen de estímulo económico, mediante el incremento de la inversión en TIC, la mejora de las habilidades digitales de los trabajadores y la innovación de los marcos de acción de la economía en Internet.

Así, la labor principal de estos planes de acción continúa centrándose en buscar soluciones eficaces a una realidad informativa caracterizada por una “brecha digital” en múltiples ámbitos y en hacer que la Unión Europea avance en aspectos sociales y económicos para lograr asemejarse al funcionamiento de la gran potencia americana.

2.1.4.2 Sociedad de la Información en España

Una vez evaluado y establecido el marco del orden Internacional de la Sociedad de la Información a nivel mundial y a nivel Europeo, con el fin de esclarecer las características de la misma en cada territorio, en este apartado acotamos el espacio de investigación a España.

Para poder abordar una investigación que nos exprese cómo funciona la sociedad basada en la Información en nuestro país, es necesario que hagamos uso de los últimos estudios recientes que nos otorguen datos reales, como es el caso del estudio oficial de Fundación Telefónica 2013⁵⁷ que nos ofrece datos numéricos sobre el uso en nuestro país de la red de Internet.

Según las estadísticas presentadas, el número de ciudadanos que accede a Internet, continúa, un año más, incrementándose, de forma que en 2013, el número de usuarios que habían accedido a Internet alcanza un 71.6%, casi dos puntos porcentuales por encima del 2012.

⁵⁷ **La Sociedad de la Información en España 2013:** Fundación Telefónica. 2014, Madrid. Editorial Ariel.[Visto el 27 Enero 2014]

En cifras absolutas, 24,8 millones de españoles acceden a Internet en ese segmento, 700.000 usuarios más que el año anterior.

De forma que, según datos contrastados, podemos afirmar que la digitalización avanza de forma clara en España, de forma que la utilización de las TIC está inmersa en ámbitos donde anteriormente no se utilizaba, como es la educación.

Las tendencias del futuro se vislumbran como un modelo educativo basado en las nuevas tecnologías y en los elementos digitales, sin embargo, es una disposición que todavía está dando los primeros pasos en España.

En lo que respecta a la tasa de digitalización de la Industria de los contenidos, en 2011 se sitúa en el 52.8% de media, aunque con importantes divergencias entre los diferentes sectores⁵⁸

Así, la facturación de los contenidos digitales y, en definitiva, todo el funcionamiento y sector que movilizan las TIC, a pesar de los posibles desajustes o reducción de porcentajes en beneficios que se vislumbran respecto a años anteriores, suponen un enorme potencial de creación de riqueza y empleo desde la Industria de los Contenidos Digitales.

Esta tendencia se viene defendiendo desde hace años, tanto es así que, el Gobierno se ha hecho eco de la mencionada Agenda digital 2020 planteada por la Comisión Europea e incluye los contenidos digitales como uno de los siete pilares de la Agenda Digital para España.

Como una forma de establecer un Plan de Impulso de la Economía Digital y los Contenidos Digitales, que persigue, al igual que en el caso de la Agenda para Europa, un desarrollo de la economía digital mediante medidas para la Industria que fomenten el emprendimiento, el crecimiento de las empresas, la apertura al exterior y que aporten inversión positiva a la economía nacional.

Entre los objetivos principales que plantea este plan estratégico para España podemos destacar algunos básicos como: fomentar el despliegue de redes y servicios que

⁵⁸ Dentro de la producción de contenidos digitales en España se aprecia una diferencia clara entre el sector audiovisual, que registra un 90.5% o el sector de las publicaciones que registra un 10.4%.

garanticen la conectividad digital o desarrollar la economía digital para internacionalizar la empresa española.

Uno de los objetivos que más repercusión va a tener en la sociedad y que más nos interesa conocer y analizar es impulsar el sistema I+D+i en tecnologías de la Información y las comunicaciones y promover la inclusión y alfabetización digital y formación de profesionales en el entorno de las TIC.

Con un referente de actuación claro, como es la Agenda Digital de Europa 2020, en España se adoptan las medidas establecidas por la Comisión Europea y se adaptan a nuestro país para obtener beneficios no sólo económicos sino sociales e internacionales como implementar las políticas establecidas y las oportunidades que ofrece una economía cada vez mas digitalizada y centrada en Internet.

Entre los principios que se establecen en el Plan de la Agenda Digital de España⁵⁹ se recogen una serie de objetivos a llevar a cabo para el correcto funcionamiento y desarrollo de la sociedad, entre los que destaca la elaboración de “Planes de acción” en los siguientes aspectos:

- Establecer un Plan de Telecomunicaciones y redes Ultrarrápidas.
- Crear un Plan de Desarrollo e innovación del sector TIC: para aprovechar y potenciar el crecimiento y generar empleo en las Industrias del futuro.
- Plan de confianza en el ámbito Digital.
- Plan de Inclusión Digital. Conseguir que la mayoría de la población utilice Internet y así alcanzar los objetivos europeos de inclusión digital para minimizar la brecha digital.⁶⁰

⁵⁹ Principios de la Agenda Digital de España. **Informe anual de la Sociedad en Red 2012. Edición 2013.** Pág. 40.

⁶⁰ **El Plan de inclusión digital** es uno de los más importantes dentro de la Agenda Digital de España 2020. En concreto, para nuestro trabajo de Investigación es fundamental conocer y analizar este Plan en el que se plantean actuaciones para aumentar la población que accede a Internet; personas mayores de 65 años, desempleados, personas de rentas bajas o con bajos niveles de estudios. En definitiva trabajar en pro de la alfabetización digital de la sociedad y suprimir la existencia de la brecha Digital.

- Plan TIC de Pymes y comercio electrónico: utilizar la TIC para mejorar la productividad y la competitividad de las pymes y alcanzar los objetivos europeos en comercio electrónico.
- Plan de Internacionalización de empresas tecnológicas. Incrementar la visibilidad y la presencia internacional de las empresas españolas de base tecnológica.

Los objetivos y planes de acción planteados por la Agenda Digital de España suponen una forma de aceptar la importancia y primacía que tienen las TIC en nuestra sociedad, por lo que se trabaja para conseguir que se desarrolle un sistema adecuado a su funcionamiento.

Algo que va acompañado de beneficios en diferentes ámbitos, como son el desarrollo de la economía digital, la participación del orden Internacional regido por la Información y al mismo tiempo una sociedad digitalizada.

Sin embargo, dentro de esta vorágine de políticas de Información y comunicación y de la certeza de que suponen una ventaja para la Sociedad Española e Internacional, existen algunos resquicios de un funcionamiento fallido.

Es decir, algunos aspectos, que si bien, se sabe que existen, no son fáciles de solventar, estamos hablando de la existencia de “brechas digitales” en diferentes aspectos que hacen que la forma de acceder a la Sociedad Red y de participar en ella no sea igual entre diferentes miembros de un mismo espacio, sino que ve condicionada por aspectos como el nivel de vida, nivel de estudios, edad o sector de la sociedad al que pertenecen.

2.2 La cultura de masas ante las nuevas tecnologías

2.2.1 Entorno de análisis de la Cultura de Masas

¿Por qué la cultura dentro de la que nos movemos se ha ido banalizando hasta convertirse en muchos casos en un pálido remedo de lo que nuestros padres y abuelos entendían por esa palabra? (Vargas Llosa: 2012, 199)

Una cuestión, planteada por Vargas Llosa, de tan sencillo planteamiento pero compleja solución, es la que guía esta tercera parte teórica, en la que nos aproximamos a estudiar la evolución de un concepto tan generalizado como es la cultura, y la banalización que sufre la misma en Internet, debido a las diferentes brechas digitales que existen en el acceso a la información digitalizada.

Mario Vargas Llosa⁶¹, publica en una de sus últimas obras de referencia “La civilización del Espectáculo” su esclarecedora visión sobre la imagen que tenemos de la cultura hoy en día y cómo ésta ha ido evolucionando para pasar de ser un conocimiento de “élite” a ser un conocimiento global, para “las masas”:

“La vocación de cultura se extendió tanto que, aunque nadie se atreviera a reconocerlo de manera explícita, se ha esfumando. Se volvió un fantasma inaprensible, multitudinario y traslaticio. Porque ya nadie es culto si todos creen serlo o si el contenido de lo que llamamos cultura ha sido depravado de tal modo que todos pueden injustificadamente creer que lo son” (Vargas Llosa; 2012, 66)

⁶¹ **Mario Vargas Llosa (1936)** Escritor de origen Peruano con nacionalidad española. Es uno de los escritores de referencia a nivel mundial por reconocimientos como el Premio Príncipe de Asturias de las Letras en 1986, el Premio Nobel de Literatura en 2010, el premio Cervantes en 1994 o el Planeta en 1993. Con multitud de obras de referencia, la más aproximada a nuestra línea de investigación “*La civilización del Espectáculo*” es la que como su propio nombre indica analiza la banalización que se produce del arte y la literatura, de la prensa y hasta de la política como resultado de la existencia de una sociedad contemporánea con nuevas fórmulas de funcionamiento.

Con afirmaciones de este calibre, Vargas Llosa deja bastante claro que para él, la implantación de la Sociedad de la Información y de todas sus características, en todo el entorno de Orden Internacional, ha traído una serie de consecuencias negativas para el contenido o la información de calidad, sobre todo, para la cultura, como un elemento que pasa de apellidarse “cultura de élite” a “cultura de masas”.

A medida que la Sociedad de la Información ha llegado a establecerse como modelo de sociedad a nivel mundial y, por tanto, a implementar sus propios principios y jerarquías, las consecuencias para los ciudadanos y para los diferentes ámbitos que les rodean aumentan.

La llegada de la globalización, de los *mass media* y posteriormente las nuevas tecnologías, junto a fórmulas como la de la “Industria de la Información” instaurada como mecanismo de tratamiento capitalista de la Información, hacen que, indiscutiblemente, los contenidos que se expanden a través de la red sean aquellos que venden, que resultan más atractivos para la gran sociedad.

Sin embargo, como afirman muchos estudiosos en la materia, este efecto de la sociedad de la Información afecta sobre todo a los contenidos de calidad, aquellos que se caracterizan por una mayor elaboración y especialización.

Como contenido esencial que nos incumbe, está la cultura, que desde siempre se ha considerado una fuente de conocimientos especializados y expertos, pero que frente a la Sociedad de la Información sufre cierta “banalización” que la transporta desde un concepto dirigido a “las élites” hacia un concepto como cualquier otro, dirigido a “las masas”, cuyo fin principal es vender.

En un mundo donde la prioridad de negocio es la información y donde el patrón económico es el capitalismo, parece claro que la información y el conocimiento se van a convertir en la moneda de cambio, en el bien intangible a negociar.

Así, ante una nueva situación, aparecen nuevos conceptos a definir que resumen una situación específica, para la sociedad, los individuos que la forman y la cultura como conocimiento.

Es el caso de algunos términos clásicos que nos competen para establecer unos límites claros sobre los que se basa nuestra investigación como: la cultura mosaico de Moles; la Industria Cultural o el fenómeno de masas para comprender los procesos de comunicación de masas y de cultura de masas.

Abraham Moles, como estudioso de la época, nos introducía el concepto de **Cultura Mosaico** mediante el cual evaluaba los contenidos difundidos por los *mass media* y los definía como: “un contenido falto de estructura y de jerarquización, donde simplemente se superponían unos a otros con el fin de llegar al máximo volumen de la sociedad.” (Moles: 1975:202)

Una difusión de contenidos que, desde su punto de vista, dejaba bastante que desear desde el prisma de la profundidad y la calidad de los contenidos, ya que simplemente se trataba de un “espolvoreo de conocimientos superficiales” de Información, conforme recoge Noriega en su obra acerca de Abraham Moles. (Noriega: 1998:35)

Con la llegada de las nuevas tecnologías y, por tanto, de la Sociedad Red de la mano de la definición de Castells, la concepción de una cultura mosaico, en la que los contenidos de los *mass media* se ven como banales y superficiales, se avanza hacia la era de Internet, en la que, lejos de solventarlo, se introduce un mundo mucho más dominado por el poder de los medios, ahora tecnológicos.

Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de Internet en particular, se han convertido en los medios por excelencia que definen la mentalidad de la sociedad mediante los contenidos que emiten, bajo una total previsión, por tanto, conforman lo que comienza a denominarse una “**cultura de masas**”.

Una cultura de masas cuyas características fundamentales se resumen en conceptos como; el consumismo y el hedonismo, que llevan a que el sistema mediático sea capaz de controlar y crear a un ciudadano a su gusto, gracias a la información que quieren dar a conocer y ofrecerle.

Así, podemos decir que la sociedad, bajo estas características, es la protagonista y receptora del proceso de **comunicación de masas**, que es definido por expertos como S. Giner bajo la siguiente afirmación:

“una comunicación dirigida a la mayor parte de la población o a grandes sectores de ella” (...) siendo preferible la expresión de comunicación masiva a la de comunicación de masas, ya que esta última parece implicar que la transmisión de símbolos e imágenes va dirigida a masas incoherentes” (S. Giner en Moles 1975:477 – 478)

En otras palabras, comunicación de masas se define como un concepto sociológico que surge a partir de diferentes acontecimientos históricos que suceden de forma prácticamente simultánea; como son la revolución industrial, la concentración urbana, el aumento demográfico, la innovación tecnológica o el propio consumo de las masas.

De ahí que, aunando los conceptos de comunicación de masas, Industria de la Información y cultura de masas, junto a las consideraciones de expertos en la materia, podamos establecer unas ideas claras sobre la situación que abordamos.

Una sociedad que acepta de forma pasiva los mensajes de los medios, que simplemente los acata y no los cuestiona, en palabras de Vargas Llosa, que es “incapaz de poner en cuestión todo tipo de mensajes masivos que recibe, simplemente los acata y no los cuestiona”. (Vargas Llosa: 2012:70)

En la Sociedad Red, esta pasividad ante los mensajes que se reciben, se traduce en quedarse en la información superficial que encontramos, es decir, conformarnos con los primeros resultados que nos ofrece la red, sin tener en cuenta ni evaluar si se trata de información de calidad o información que realmente cubra las necesidades de conocimiento planteadas.

Dentro de una esfera cultural, el efecto de los medios de comunicación masivos produce el mismo efecto, provocan emociones prefabricadas y se destierra todo ejercicio de la reflexión crítica en la mayoría de la población.

Un conformismo social derivado de la reducción del ciudadano a una mera masa que recibe sin discusión todo lo que los medios le *venden* como bueno.

En definitiva, la idea de una Sociedad de la Información y Sociedad Red implantadas como modo de actuación del Orden Internacional, establecen una serie de características clave en el ámbito económico y social que acaban imponiendo consecuencias negativa para el “bien máspreciado” de la sociedad, la Información.

El hecho de que la información y el conocimiento sean la moneda de cambio esencial del sistema económico, produce que se reduzca a un bien mercantil con el cual, únicamente, se busca ganar audiencias, vender y entretener.

Así, la Información en general y la cultura, de forma particular, sufren una serie de efectos a la hora de verse inmersos en *los mass media* y en los medios tecnológicos, protagonistas de la Sociedad Red, que hacen que dejen de contar con sus cualidades fundamentales como fuentes de conocimiento.

Históricamente, el conocimiento, la información y la cultura han sido bienes intangibles que estaban destinados a las élites de la sociedad, sin embargo, esto suponía establecer una jerarquía en la sociedad que convertía a las élites en las privilegiadas y al resto de sociedad en personas sin privilegios de ningún tipo.

Por tanto, autores como Vargas Llosa buscan conseguir que los conocimientos y la cultura logren ser “globalizados”, puesto que consideran que sería una forma de alcanzar una sociedad igualitaria y una forma de erradicar la existencia de las despreciables élites.

Sin embargo, el proceso de hacer que un contenido de élite pase a ser globalizado o ser contenido de masas, es un proceso largo en el cual se corre el riesgo de hacer que este contenido pierda toda su esencia y a la hora de llegar a las masas se quede en la parte baladí, superficial, fruto de la masificación.

La idea de querer terminar con las élites, les lleva a establecer un plan de acción en pro de la “**democratización de la cultura**”, sin considerar la delgada línea roja que existe entre conseguir una cultura globalizada de calidad y conseguir una cultura masificada y superficial que lejos está de aquella cultura de élite que comenzó en el camino del cambio.

Se encuentran con una cultura dirigida a las masas pero que ha perdido su esencia particular, su calidad como información especializada o elaborada.

Así, se fueron deshaciendo de aquellos que se consideraban superiores por monopolizar el saber, pero han conseguido una “victoria pírrica”, que significa vivir en la confusión de un mundo en el que paradójicamente el empobrecimiento intelectual nos lleva a que ya no se sabe qué cosa es cultura, todo lo es y ya nada lo es. (Vargas Llosa; 2012: 69)

2.2.2 Evolución del concepto de cultura

2.2.2.1 Orígenes de la cultura dirigida a las élites

Desde el principio de los tiempos, si nos remontamos a nuestra historia, encontramos algunos conceptos que directamente se vinculaban a determinadas clases sociales.

Esto es lo que ocurre precisamente con el concepto de cultura que, desde siempre, ha sido asociada a las élites de la sociedad, a las clases más altas, que contaban con el privilegio de tener al alcance esta fuente insaciable de conocimientos.

Dentro de las propias élites, el término de cultura, a medida que se vivía en las diferentes épocas, se iba vinculando directamente con los sectores más poderosos, pasando de ser algo inseparable de la religión y la sabiduría teológica, a serlo de los estudios filosóficos en la época griega o de los conocimientos científicos de la época de la Ilustración.

En general, hablar de cultura significaba hablar de una suma de factores y disciplinas que estaban encaminados a conocimientos históricos, religiosos, filosóficos y científicos que otorgaban cierta categoría en la sociedad.

Así, la estructura social del momento tenía claras sus características y situaba la cultura como un concepto que avanzaba de la mano de los privilegiados, que se situaban en la élite para aquellos que contaban con criterios culturales adecuados, que podían aportar y elaborar pensamientos propios acordes a su eslabón como sociedad dominante.

Aquellos que no contaban con la capacidad económica o con el beneplácito de pertenecer a estos niveles de la sociedad, por tanto, de acceder a la cultura, estaban en un eslabón menor y se consideraban inferiores en todos los aspectos.

Con los avances irrefrenables de la historia y su influencia en la sociedad, esta situación para la cultura no ha hecho más que cambiar hasta llegar a ver la cultura conforme la vemos hoy en día:

“la cultura ha llegado a esfumarse, se volvió un fantasma multitudinario y traslaticio. Porque ya nadie es culto si todos creen serlo” (Vargas Llosa; 2012: 39)

Una de las obras de referencia del maestro Vargas Llosa, nos permite rescatar afirmaciones tan contundentes sobre la situación y evolución de la cultura como la anterior, que hace que se deduzcan las características culturales a las que nos enfrentamos actualmente, como un conocimiento que se encuentra en un extremo opuesto al que tradicionalmente definíamos como perteneciente a las élites, en épocas como la ilustrada.

La llegada a la Sociedad del imperio de la Información, como un nuevo modelo de sociedad Post Industrial que modifica todos los elementos económicos y sociales existentes, afecta de forma abismal a todo tipo de bienes intangibles como la información, el conocimiento y la cultura, que en la Sociedad de la Información se convierten en bienes mercantiles.

De esta forma, las nuevas formas de vida y las transformaciones sociales son testigos de lo que ya **Nietzsche** preveía como un proceso de “uniformización y mediatización de la cultura”.

La llegada de la Sociedad de la Información, como hemos recalado a lo largo de los diferentes apartados de esta investigación, supone para la cultura un reajuste tal que deja de ser exclusiva para las élites y se lanza al grueso de la sociedad.

2.2.2.2 De la cultura de élites a la cultura de masas

La llegada de este nuevo modelo de sociedad Globalizada conlleva que hablemos, por tanto, de unos procesos de comunicación acordes a la nueva situación, es decir, la implantación de una **comunicación de masas**.

Esta comunicación dirigida a las masas afecta a todo tipo de contenidos, por lo que, la cultura, como concepto de información y de contenidos para las élites, se transforma. Ya no se trata de la tradicional visión de la cultura como una actividad y conocimiento que están desvinculados de aspectos económicos.

Todo lo contrario, se torna un concepto fruto de la incipiente “Industria Cultural”, mediatizado, interesado y obviamente vinculado con el aspecto económico, lo que supondría una “bastardización” de la misma, como criticaba la Escuela de Frankfurt, cuyo pensamiento posteriormente desmenuzaremos.

Algunos autores, desde los inicios del fenómeno, se encargan de describirlo desde sus diferentes perspectivas, es el caso de Ortega y Gasset, que introduce una nueva acepción de lo que él considera, sería el nuevo modelo de Hombre masa; como el hombre o sujeto falto de personalidad individual, presionado por la mayoría y que no quiere sentirse singular porque no se valora a si mismo y adopta valores de la masa como propios para no sentirse rechazados. (Ortega y Gasset: 1929:94)

Así, con el fin de adentrarnos en la concepción de *masa*, debemos conocer algunas de las consecuencias a nivel social y económico que trae para la sociedad de la época, por tanto, que la llegada de las masas a lo largo del s.XIX adquieran tal protagonismo que llevan a producir convulsiones políticas (revoluciones nacionalistas, anarquismo...).

Todo tipo de transformaciones socio económicas como el surgimiento de grandes urbes, grandes compañías industriales y grandes masas obreras; además de nuevas formas de espectáculo y entretenimiento que demandaban estas masas.

De esta forma, los medios de comunicación, como aspectos que más nos incumben, también se transforman en este periodo para comenzar a ofrecer sus contenidos a un nuevo

modelos de público, las masas, que buscan un contenido al que se les ha acostumbrado, mucho más accesible, atractivo y entretenido, pero al mismo tiempo banal y superficial.

2.2.2.2.1 La Cultura *mainstream*

El fenómeno de las masas, relacionado con la cultura, es objeto de estudio de diferentes autores que definen la realidad a la que se somete la cultura con conceptos propios, es el caso de Frédéric Martel, que en sus obras habla del término de “**Cultura Mainstream**⁶²” como una forma de referirse a la cultura de masas como un arma a tener en cuenta en el escenario del *choque de civilizaciones* del que hablaba Huntington⁶³.

Para Martel, el término *mainstream*, es sinónimo de una cultura popular, una cultura de masas que puede englobar diferentes elementos como divertimento o arte, todo un cómputo de contenidos que están dirigidos al gran público.

Esto conlleva alguna parte positiva, como el hecho de que signifique un divertimento o una distracción para mucha gente, una globalización que trata a todos por igual, sin embargo, también incluye partes negativas, que suponen una reducción total de la calidad de los contenidos.

La globalización, trae consigo de forma inseparable una masificación que resulta monolítica, imperialista y tan repetitiva que resulta criticable, afirma.

⁶²**Frédéric Martel**, recoge en su obra “*La Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*” toda la evolución e historia de lo que el considera el surgimiento e implantación de la cultura de masas en la Sociedad. Tras la publicación de dicha obra, realiza varias entrevistas sobre estas cuestiones, en las que explica todas y cada una de sus consideraciones acerca del concepto *mainstream*, como una modalidad de definir a la ya de sobra extendida cultura de masas. Utilizamos de referencia la entrevista de Jesús Rocamora publicada en 2011 en el diario Público.

⁶³**Samuel Philips Huntington** publica su artículo y posterior obra sobre el Choque de civilizaciones, en el que asegura que los mayores conflictos de la sociedad se centran en el conflicto entre civilizaciones establecidas, ya no entre ideologías o políticas sino entre estados-naciones que serían los protagonistas de las diferentes civilizaciones del mundo. Martel toma de referencia esta teoría y plantea un símil con la existencia de la Sociedad de la Información y los conflictos que pueden surgir fruto de la existencia de la cultura de masas.

En su obra se centra en una exhaustiva investigación de varios años sobre la presencia de la cultura de masas en los diferentes continentes, por tanto, podemos establecer su trabajo de campo como un punto de partida o de referencia a la indagación que nosotros vamos a llevar a cabo en este proyecto.

Así, la obra de Martel nos permite dilucidar muchos de los aspectos, en torno a la cultura de masas, que ya han sido establecidos por estudiosos de la materia y que hemos venido considerando como base teórica de esta investigación.

Con la obra de Martel, podemos establecer a todas estas teorías el prisma empírico procedente de una investigación, para que todas las conclusiones o hipótesis conseguidas ganen peso y contundencia.

Para Martel, “vivimos en una guerra mundial por el control de la cultura de masas”, donde resulta evidente que dentro del Orden Internacional que gobierna el mundo, la cultura que principalmente recibimos viene en gran medida desde los EE.UU, por ser la élite en tecnologías y en el dominio de los flujos de información.

Además, incluye en su obra la cuestión de saber discernir si la cultura que nos muestra el gran poder estadounidense es contenido cultural de calidad, arte en sí, o por el contrario, ha dejado de tener sus cualidades de inicio.

Es decir, se ha transformado, obligada por las circunstancias del entorno capitalista y mercantilizado, en un simple reflejo de los valores e identidades de otras culturas con el fin de adaptarlas a la gran cultura, que es la que vende.

Esta consideración no es más que una forma de confirmar lo que ya era más que evidente, y es que EE.UU se convierte en la élite de la Sociedad de la Información y posteriormente de la Sociedad Red, por su capacidad de difundir contenidos.

Esto relega a Europa, el viejo continente dominante a nivel cultural, por ser el primero en contar con manifestaciones culturales vinculadas a las élites, a un segundo plano.

Ha dejado de interesar la cultura concebida como un concepto de élite, por tanto, Estados Unidos se sitúa como la principal potencia dentro de un nuevo modelo de

Sociedad en el que tanto cultura como arte se convierten en entretenimiento al servicio del mercado, es decir, del dinero y de las masas.

El problema de esta situación en la que la primacía de EE.UU es evidente, y por tanto, el dominio de la cultura de masas en la Sociedad Internacional surge cuando desde Europa quieren entrar a formar parte de este nuevo sistema Internacional.

Para poder entrar a formar parte del flujo informativo y cultural internacional con la cultura de masas como elemento fundamental, la única forma en la que tienen para lograrlo es decantarse por la cultura de masas como mecanismo de éxito.

Algo que llega a todas las capas de la sociedad y diluye las élites de la misma, pero también hace que sean evidentes todos los efectos negativos de esta circunstancia, como la masificación, simplificación y hasta vulgarización de la cultura.

El aspecto cuantitativo, el vender más, está por encima de lo cualitativo, que sería vender calidad, es decir, prima la idea de crear contenidos culturales como si de “bienes económicos” se tratara, dirigidos a todos los públicos y con el fin de que sean vendidos a cuantos más niveles de la sociedad mejor.

Así, Martel corrobora la situación que vive Europa frente a la cultura de masas, el viejo continente Europeo nunca ha sido *mainstream*, nunca ha gozado de vender cultura de masas, sino cultura de calidad, por tanto, la sociedad del momento la relega a un segundo plano.

Un escalón en el que es necesario aceptar la realidad de la cultura de masas, dirigida al gran público, mundializado pero que es prácticamente imposible de conseguir para Europa⁶⁴.

Así, en definitiva, las conclusiones a las que llega la investigación de Martel son las que priman en una visión estandarizada sobre los efectos de la sociedad de la Información en la cultura y en general, en los contenidos de calidad que siempre han tenido su lugar

⁶⁴ Según afirma Martel en sus declaraciones a diferentes medios de comunicación el viejo continente Europeo, solo tiene la opción de asumir la difusión de la cultura de masas por parte de EE.UU y quedarse en el segundo plano que le ha tocado vivir en el plano internacional. Puesto que estamos hablando de un continente de 27 miembros divididos, extremadamente diferentes y sin intenciones de aunarse en una “cultura paneuropea”, el hecho de crear una cultura de masas propia se queda en una idea que es sabido no es posible.

privilegiado en las elites, pero que han descendido, para llegar al gran público, pero al mismo tiempo, minando su calidad hasta el extremo.

2.2.3 Críticas a la presencia de la Cultura de masas en la Sociedad Democratizada

Una vez establecida la evidencia de que existe una **cultura de masas**, como fruto de los procesos de cambio en la Sociedad de la Información, que han llevado a la cultura, considerada desde siempre como conocimiento dirigido a las élites, a generarse para el gran público, para las masas.

Es evidente que las características principales de la cultura se van a modificar en medida que se varía el público al que se dirige puesto que no es lo mismo una cultura para élites formadas, reducidas y con formación en determinadas áreas, que una cultura generalista, para el gran público.

Lo que vendría a denominarse cultura de masas para el gran público, que no tiene porqué contar con formación específica sobre cualquier tema en concreto, y el que únicamente espera recibir contenidos de entretenimiento, con su inherente sencillez, superficialidad y banalidad.

Desde este punto de vista, son muchos los autores y sociólogos de la época que muestran su preocupación a la hora de analizar la realidad social a la que conduce el fenómeno de las masas y las consecuencias que imprime en ámbitos tradicionalmente estratificados como la cultura.

Los primeros intelectuales que hacen referencia de forma específica a la figura de las masas coinciden en el cambio que van a producir en la organización y funcionamiento de la sociedad, sin embargo, se desencadenan dos reacciones paralelas sobre el mismo fenómeno.

Por un lado, una corriente elitista que desarrolla su teoría desde una concepción negativa de la masa y que desde la vertiente sociológica y política, se preocupa por el papel de las clases dirigentes y/o cultas.

En el otro extremo, una corriente revolucionaria, que asume el fenómeno de las masas desde una concepción positiva y rupturista con lo anterior, es decir, como una forma de *revolución de la sociedad*, tomando del marxismo la idea de masa como fuerza social.

En torno a esta segunda corriente no sólo emanarán los movimientos de izquierdas de principios del siglo XX, sino también los fascismos y, en el plano estético, las vanguardias.

Sin embargo, la opinión que predomina a la hora de examinar el fenómeno de las masas es la visión crítica, que ven con rechazo estas nuevas formas sociales basadas en la masa y en detrimento de los individuos como ser racional e independiente.

Algunos de los autores clásicos cuya teoría filosófica gira en torno a estas consideraciones son Nietzsche, Tocqueville, Kierkegaard o Buckhardt, que ya habían hablado en sus respectivas obras sobre los cambios que se iban a producir en la sociedad.

2.2.3.1 Friedrich Nietzsche

Friedrich Nietzsche⁶⁵, sociólogo conocido por su histórica concepción del individualismo, destaca por su posición beligerante contra todas las características de un estado modernizado, que conlleva una nueva democracia y, sobre todo, una nueva sociedad de masas.

Así es como introduce el concepto de nihilismo, para hacer referencia a la situación a la que se ha visto abocada la cultura europea, que recordemos era el máximo exponente de cultura clásica y de élite.

Define el nihilismo como un movimiento propio de nuestra cultura consecuente de la llegada de un nuevo modelo de sociedad con su respectiva cultura de masas. La fuerza del espíritu de occidente se ve cansado y agotado ante los valores inadecuados y falsos que les venden desde las nuevas élites como “verdaderos” y se vuelven nihilistas.

Con cierta tendencia al pesimismo y al hecho de dejarse llevar por lo que es tendencia sin si quiera esforzarse en luchar por lo que consideran realidad o predominio de cultura occidental.

Para Nietzsche, el nihilismo es la fuerza destructora de la base de la cultura occidental fruto del surgimiento de un Estado democrático como un sistema en el que se tratan a todos los individuos dentro de un todo, por igual, con la vertiente negativa que esto conlleva, olvidar la existencia de unas élites que desde siempre se han visto desde un rango superior y deben seguir estándolo.

En las principales obras de referencia de Nietzsche como “*Así habló Zaratustra*”⁶⁶ mantiene que la presencia de la democracia del Estado supone la muerte del mismo como

⁶⁵ **Friedrich Nietzsche (1844 – 1900)** Filósofo alemán, considerado como una de las mayores influencias en el pensamiento contemporáneo del s.XIX por las ideas que difunde en sus obras de referencia en contra de la sociedad Occidental y su organización por significar una forma de denigrar al individuo como persona capaz de llevar a cabo sus propias ideas , pensamientos y actuaciones.

⁶⁶ “*Así habló Zaratustra. Un libro para todos y para ninguno*” Friedrich Nietzsche. Alemania. (1883, I y II; 1884, III; 1885, IV)

organización y la expiración de la emancipación de la persona privada como recoge la obra de análisis que tomamos de referencia⁶⁷.

Así, asegura que la nueva forma de entender el Estado no es negativa en pro de los propios objetivos que se marca conseguir como sistema general, que se centran en ensalzar las masas y las industrias culturales, lo cual logra de forma satisfactoria, por tanto, en este sentido, es exitoso.

Sin embargo, lo que supone un aspecto positivo para las Industrias Culturales, tiene un reverso negativo para la figura de los individuos, que lejos de ser el elemento fundamental de una sociedad, se quedan relegados y hasta desdibujados de la misma.

Un estado que, por tanto, está creado en pro de las masas y deja la figura del individuo tan simplificada que pasa a ser un simple dato numérico al servicio de las grandes industrias.

Al igual que con la figura del individuo, la sociedad de masas conlleva una visión simplificada para diferentes ámbitos, entre ellos, la cultura, que pasa de considerarse un clásico de las élites a un concepto mucho más liviano dirigido a las masas.

Por tanto, a modo de síntesis, la filosofía de Nietzsche desarrolla una visión negativa sobre “todo lo que tiene que ver con las masas”, por tanto, contra todas las características que impone el nuevo estado democrático.

Fruto de sus consideraciones al respecto del nuevo estado democrático, en general, y del concepto de cultura de masas en particular, hay muchos otros estudiosos que lo toman como fuente inspiradora, como es el caso de la **Escuela de Franckfurt**.

⁶⁷ “La Crítica de Nietzsche al Estado Moderno “. Leticia Vita Lecciones y ensayos nº.86 2009. Pág. 213 – 233

2.2.3.2 La escuela de Franckfurt

La escuela de Franckfurt cuenta con teorías filosóficas contrarias a la modernidad, su correspondiente democracia capitalista y la cultura de masas que conlleva, pensamientos muy claros que deja patentes en las obras de referencia de autores como Herbert Marcuse en “*El Hombre Unidimensional*”⁶⁸.

Perteneciente a la primera generación de la Escuela de Franckfurt, Marcuse plasma en esta obra una visión crítica hacia la nueva sociedad que califica de *aparentemente* democratizada, con afirmaciones tales como:

“La Sociedad existente logrará contener a las fuerzas revolucionarias mientras consiga producir cada vez más “mantequilla y cañones” y a burlar a la población con la ayuda de nuevas formas de control total.” (Marcuse: 1987:11)

Como buen profeta del pensamiento de la escuela de Frankfurt, Marcuse deja patente en su obra su consideración negativa hacia las actuales sociedades occidentales, que venden democracia y demás beneficios para el ciudadano, como una forma de ensombrecer su interés real, establecer una estructura totalitaria de lucha de clases y explotación del hombre por el hombre.

Revela que la consideración de masa que domina el Orden Internacional, de la mano de los propios medios de comunicación de masas, funciona a la perfección para defender y vender intereses concretos de las élites poderosas del sistema como si se tratase de intereses generales de toda la sociedad.

⁶⁸ **Herbert Marcuse** (1898 – 1979) Filósofo y sociólogo alemán y estadounidense que destaca como una de las principales figuras de la primera generación de la Escuela de Franckfurt. “*El hombre unidimensional*” se considera una de sus mayores obras de referencia, en las que refleja la visión crítica a una Sociedad Democrática.

Cuando la realidad evidente es que la masa que significa gran parte de la sociedad no tiene ningún tipo de voz ni voto a la hora de establecer intereses, se convierten en simples seguidores de lo que le ordenan las élites.

La totalidad se torna en lo que domina la sociedad y sustituye la razón individual, de forma que el Estado logra que lo que son necesidades políticas generales se sientan por los individuos como personales y propias, cuando en realidad no lo son.

Para la Escuela de Franckfurt, la razón individual y el respeto a las capacidades de cada persona como ser independiente son esenciales para el buen funcionamiento social y el nuevo Estado Democrático no lo respeta.

Mientras que esa sociedad avance de forma irracional como totalidad, su productividad destruye el libre desarrollo de las necesidades y facultades humanas, “su paz se mantiene mediante la constante amenaza de guerra”, afirma Marcuse.

Dicha afirmación supone una esclarecedora consideración de la nueva sociedad como una fórmula moderna de represión en la que se consigue que todos circulemos bajo una misma línea de actuación y de pensamiento.

La forma de mantener una sociedad bajo control y evitar que se revolucionen o luchen por intereses que no convienen al poder, es recurrir al control, con lo cual, es evidente que se consigue en detrimento de las cualidades como individuo racional y pensante.

En su obra presenta una línea de pensamiento bastante clara pero que establece también una dicotomía dentro de la visión negativa al estado democrático y la sociedad de masas.

Por un lado, considera que la Sociedad Industrial avanzada que se ha establecido, tiene total capacidad para reprimir todo tipo de pensamiento cualitativo de los individuos, que quedan por tanto menospreciados.

Sin embargo, también plantea un halo de confianza en la sociedad para poder crear fuerzas capaces de poner fin a esta represión existente y luchar contra la visión de masa inconsciente y de pensamiento nulo.

En la misma línea de pensamiento de la Escuela de Frankfurt, no es únicamente Marcuse el que refleja su pensamiento negativo respecto a la sociedad democrática sino que otras voces de la misma Escuela también cuentan con consideraciones similares.

Véase **Adorno y Horkheimer**, que calificaban y acusaban a las industrias culturales de industrias para la diversión:

“Resulta por los menos dudoso que la industria cultural cumpla con la tarea de divertir de la que abiertamente se jacta. Si la mayor parte de las radios y los cines callasen, es sumamente probable que los ciudadanos no sentirían en exceso su falta” (Horkheimer: 2000:13)

Max Horkheimer⁶⁹ y Adorno se identifican como dos de las figuras claves de la primera generación de la Escuela de Frankfurt, por tanto, podemos prever la línea de opinión o de crítica que van a tener hacia la sociedad de masas.

Así, las obras de Horkheimer y Adorno siguen esa vertiente negativa hacia el estado democrático, considerando que el individuo queda relegado a un papel nulo en favor de la sociedad general, las masas.

La particularidad de ambos autores viene señalada por plasmar una crítica mucho más cruda y clara que el resto de autores, es decir, dejan de lado lo que hasta ese momento era una línea de acción desde la neutralidad valorativa y la orientación técnica del saber científico.

En su obra de reflexión, publicada en 1937, “*Traditional and critical theory*” es donde desarrolla la idea de destrucción del sujeto individual que supone el mencionado Estado Democrático y todas sus inherentes características.

La tendencia hacia la debilitación progresiva de la clase obrera revolucionaria era imparable, un fenómeno que no había más remedio que asumir o intentar refrenar rebelándose y luchando frente a la transformación global que traía consigo.

⁶⁹ **Max Horkheimer (1895 – 1973)** Filósofo y Sociólogo alemán destaca por la defensa de su teoría crítica a la Sociedad democrática como parte de la Escuela de Frankfurt. En algunas de sus obras de referencia en la materia trabaja con Theodor Adorno, filósofo y sociólogo alemán de referencia perteneciente a la Escuela de Frankfurt., la obra más importante en colaboración de ambos autores es “*Dialéctica de la Ilustración*” (1947)

Para Horkheimer, el estado democrático se califica por mucho como una fuente de libertad, sin embargo, no se trata de una libertad real ni dentro de la categoría que libertades que se habían vivido hasta ese momento.

Inmersos en una Sociedad de masas, no podemos hablar de una libertad real concreta o material, sino que se habla de libertad como “libertad de desarrollo económico” basada en el capitalismo.

Por tanto, basada en unas características muy particulares como la monopolización del estado, las industrias culturales y el predominio de lo económico por encima de cualquier otro bien tangible, intangible o humano.

Una libertad encubierta, que si bien, nos vende cierta permisibilidad en el terreno económico, nos cierra todas las puertas como individuos particulares para progresar o para alcanzar las grandes potencias que dominan en mundo empresarial, las industrias culturales.

Dentro de estas líneas de pensamiento negativas, iniciadas por figuras como Nietzsche y la Escuela de Frankfurt con Horkheimer como una de las señas de identidad en su primera generación, aparecen diversos críticos hacia el nuevo sistema.

2.2.3.3 *Dwight MacDonald*

Los críticos norteamericanos radicales son una de las principales figuras de ataque a la idea de Sociedad democratizada, que fijan su discusión en los años cincuenta y sesenta, en torno a todos los conceptos que surgen relacionados con el fenómeno, como son la mencionada Industria Cultural, la sociedad de masas y la cultura de masas.

Es el caso de **Dwight MacDonald**⁷⁰, que publica obras de referencia como "*Masscult and Midcult*" en la que destaca un pensamiento filosófico claro en contra de la

⁷⁰ **Dwight Macdonald. (1906 – 1982)** Periodista, escritor y sociólogo de origen estadounidense. Destaca por su consideración crítica de la cultura de masas, desde una vertiente crítica, incitada por figuras como la de

cultura de masas y ensalzando el “elitismo” en todas sus vertientes, como ya hicieron sus antecesores de pensamiento.

En lo que respecta a la cultura, sus estudios filosóficos suponen el punto más equilibrado dentro de la polémica de críticas y parte de la clásica clasificación de cultura que establecía Van Wyck Brooks, que se centraba en tres niveles intelectuales, high, middle y low brow.

Estos tres niveles circulaban desde las más altas esferas de la cultura de élite, hasta los aspectos más generales como el low brow que sería un símil de la cultura de masas.

A partir de esta estructura, MacDonald establece una teoría de la cultura de masas en la que introduce dos nuevos términos mucho más críticos y esclarecedores, como son el *masscult* y el *midcult*.

Utiliza estos dos conceptos para no caer en la reiterada definición de cultura de élite y cultura de masas, ya que afirma que las manifestaciones de un arte de élite y una cultura de masas no existen como tal y no habla de *mass culture* sino de *masscult*, ni de cultura media o burguesa, sino de *midcult*.

Bajo estos conceptos, teoriza que la existencia de una cultura de masas que se produce y difunde productos bajo la Industria Cultural y su ley de “oferta y demanda” no es reprochable, así como sí lo es, la existencia de una *midcult* o cultura media, que utiliza los contenidos de vanguardia y los “banaliza” hasta reducirlos a elementos de consumo.

Asegura que esta forma de enfrentarse a la existencia de la cultura de masas es un completo error, puesto que ante la inalienable existencia de una cultura dirigida a las masas, la única solución es aceptarla y considerar que existen dos niveles paralelos de cultura, una cultura de élite y una cultura de masas que circulan (o deben circular) en esferas completamente diferentes.

Para Macdonald, tanto la *masscult* como la *midcult*, se pliegan a los dictados de la oferta y demanda, por tanto, no tienen nada que ver con una cultura de élite tradicional, que no debe entrar en la Industria Cultural.

Ortega y Gasset pero aportando nuevas consideraciones al respecto. Así, aporta nuevos términos como el de *masscult* y *midcult* para analizar dicho fenómeno desde la figura de la cultura de masas en una sociedad en la que la burguesía y la clase media tienen un acceso a los contenidos culturales que son susceptibles de ser vulgarizados.

De forma que, la unión de ambos hemisferios llevaría a hablar de una sola cultura, cuando en realidad, sería degradar al gusto mediático una cultura seria y frivolarla.

Aquí es donde entra el concepto de *midcult*, una cultura de la burguesía, que funciona como intermediario entre la alta cultura y la cultura de masas, de forma que ha logrado eliminar las barreras y las identidades entre la alta cultura y la cultura popular, al igual que las dos morales existentes entre la clase alta y la baja.

Algo que se torna en peligroso a la hora de saber discernir entre los contenidos que circulan entre las Industrias Culturales y entre las altas esferas de la sociedad.

El *masscult*, para MacDonald, es el contenido elaborado desde las élites y pensando bajo mentalidad capitalista, de mercado y dirigida al consumo, con lo cual, para poder consumirla de forma adecuada, es necesaria una educación de las masas, que les haga conscientes del tipo de cultura o de contenidos a los que se enfrentan.

Una cultura dirigida al gran público, debe verse como tal con el único fin de entretener y hacer que aquellos sectores de la sociedad que se veían sin capacidad de acceso a la cultura, ahora puedan tenerlo.

Sin embargo, es fundamental, la conciencia del contenido que recibimos, siendo fruto de una producción masiva y sin mayor intención que entretener, no otorgar a los usuarios una visión de élite o especializada de los entornos culturales.

En definitiva, las consideraciones de MacDonald, con la existencia de una *masscult* y de un *midcult*, como intermediario entre las diferentes clases de la sociedad como receptores de contenidos culturales, aseguran la existencia de una serie de ventajas, como las facilidades de acceso al grueso de la sociedad a la cultura.

Mientras que, en lo que respecta a los inconvenientes, se centran en la confusión o falta de delimitación entre lo que se trataría de una cultura de élite y de una cultura de consumo, es decir, unos contenidos elaborados hacia las masas y basados en las necesidades de la Industria, entretener y vender.

La educación de la sociedad en este sentido se torna fundamental para MacDonald a la hora de expresar la existencia y buen funcionamiento que puede tener la cultura de masas, pero que, todavía se encuentra un funcionamiento óptimo debido a la escasa educación que la sociedad tiene sobre el uso de los contenidos que recibe.

2.2.3.4 Ortega y Gasset

En la misma línea que venimos desgranando, de considerar el Estado democrático y la sociedad de masas como algo negativo, ponemos la crítica española a la cultura de masas y demás consecuencias alrededor del fenómeno de masa, en el filósofo **José Ortega y Gasset**, que en sus obras de referencia aporta afirmaciones como la siguiente:

“En una buena ordenación de las cosas públicas, la masa es lo que no actúa por sí misma. Tal es su misión. Ha venido al mundo para ser dirigida, influida, representada (...) No ha venido al mundo para hacer todo eso por sí. Necesita referir su vida a la instancia superior, constituida por las minorías excelentes”.
(Ortega y Gasset: 1930: 163)

En 1930 Ortega y Gasset publica su ensayo filosófico “*La Rebelión de las masas*”, obra de referencia en la que declara afirmaciones tan esclarecedoras como la señalada, en la que deja patente su visión del nuevo modelo de sociedad con una desvalorización hacia el individuo, que lo ve dentro de una masa o conjunto.

Gasset introduce el término de **hombre-masa** para hacer referencia al nuevo concepto de individuo que surge de este nuevo modelo de sociedad. Una masa que define como adormecida y conformista, que se deja guiar por las opiniones y mandatos de las élites más fuertes que siempre van a tener por encima.

Así, a la hora de estudiar el modelo de Sociedad basado en las masas, afirma que para él no es trata de una jerarquización social clásica, basada en las clases sociales, sino que se mueve en torno a diferentes tipos de hombres, el hombre excelente y el hombre-masa.

Dos conceptos que utiliza para definir la forma en la que los hombres se enfrentan a la nueva realidad social en la que deja claro que es inevitable que el ser humano es vea forzado a buscar una fuerza superior que le guíe.

Según Ortega y Gasset, aquellos que logran encontrar esa fuerza en sí mismos, dejando de lado los deseos de las élites, son los que tienen un esfuerzo mayor, por tanto, los ve como *hombres excelentes* con gran capacidad de individualismo.

Mientras que, en el extremo contrario sitúa a aquellos que se limitan a aceptar las directrices que reciben de élites superiores, los clasifica como *hombres – masa*, como una forma de descalificación por considerar que se trata de individuos que viven en el hedonismo, la autocomplacencia y la mediocridad.

Con esta clasificación, que patente la dura crítica del filósofo español a la influencia que el nuevo estado crea sobre los individuos, haciendo que formen parte de una masa que no les permite desarrollarse personalmente como seres pensantes individuales.

Se crean masas que están concebidas para actuar bajo unas directrices establecidas, que es difícil que dejen de estarlo y busquen su lugar, por ello, considera a los que lo consiguen como hombres excelentes, por su capacidad de actuar por sí mismos.

Sin embargo, asegura que pretender que las masas actúen por sí mismas es como hacer que se rebelen a su propio destino y que la única forma en que lo hagan es hablar de una rebelión de las masas como la forma en la que el individuo trata de seguir su propio camino.

Es muy interesante la forma en la que tiene Gasset de explicar cómo se ve el Estado contemporáneo, como el producto más notorio de civilización que funciona bajo mecanismos de dominación de las masas y evitación de su revolución.

Así, hace referencia al hombre-masa como aquel que es consciente de la existencia de un Estado, como una fuerza superior que lo domina, lo controla pero a la que ve como una forma de control positiva, que le otorga seguridad.

Sin tener en cuenta que en realidad, les mantiene subyugados a los intereses de los más fuertes y los limita a simples individuos sin voz ni voto, conforme ellos mismos se definen, simple vulgo.

En definitiva, las consideraciones de Gasset, filósofo de origen madrileño, se centran en la existencia de un Estado democrático, visto desde dos perspectivas, la real y la utópica por parte de los hombres-masa.

Esta última, que definimos como utópica, es la que los hombres-masa tienen en mente pero muy alejada de la realidad influenciados por las élites. Consideran que el Estado es la fuerza que les controla, les guarda y les lleva por el buen camino.

Por tanto, dejan en manos de la institución todo tipo de decisiones y se dejan guiar absolutamente a lo que el Estado quiere conseguir y lo que les exige bajo una actitud pasiva y benevolente por parte del individuo.

Los hombres que se crean bajo este modelo de estado, dejan de pensar en sí mismos como persona individual, con capacidad de pensamiento, razonamiento y libertad de actuación, por tanto, se vuelven parte de la masa sin más y se dejan llevar por la fuerza estatal como una guía absoluta.

Ya no se trata de que el Estado ejerza una fuerza de control irrefrenable, sino que el propio individuo *per se* llega a la conclusión de que la mejor forma de establecer una sociedad es dejarse llevar por ella y por las fuerzas que la controlan, por tanto, dejan de preocuparse por sus intereses propios y los trasladan a las manos de otros.

Mientras que la Sociedad de masas bajo el Estado conlleva una realidad que supone el reverso de la moneda, es decir, la existencia de unas élites que tienen el control sobre un grupo de personas bajo todos los ámbitos y que no van a llegar a rebelarse nunca porque han llegado a ver esa fuerza superior como una fuente de seguridad.

Los hombres-masa alcanzan a ver el estado como el “padre” de sus vidas, sin tener en cuenta que están dejando todas sus facetas como persona de lado y se convierten en vulgo ignorante y fácil de dominar.

Esta es la idea que Gasset critica como una consecuencia altamente negativa de la Sociedad de masas, ya que para el filósofo las élites siempre han sido una clase social que debe existir y que debe mantener sus niveles culturales y de razonamiento y la figura de las masas acaba por completo con ellas y las vulgariza.

2.2.3.5 Gustave Le bon y Sigmund Freud

Dentro de las numerosas críticas hacia la figura del fenómeno de las masas en la sociedad, hemos analizado la teoría filosófica de diferentes autores que comparten una visión negativa de la misma, como es el caso de los diferentes referentes de la Escuela de Frackfurt o de Ortega y Gasset.

En este caso, hablamos autores, como es el caso de **Gustave Le bon**⁷¹, que continúa evaluando las consecuencias de la Sociedad de masas hacia el individuo, que encuentra un sinfín de aspectos que frenan su progreso y desarrollo personal.

Filosofo y psicólogo de origen francés, Le bon habla de la existencia de las masas, de las cuales forman parte los individuos y estudia las características que se imprimen, tanto en el cómputo de las masas, como en los individuos de forma particular.

Así, llega a considerar que el hombre, dentro de las masas, deja de valorarse como individuo ya que pierde toda la condición de ser racional e independiente a nivel de pensamientos para convertirse en parte de un todo social.

Las masas, donde al formar parte de un conjunto homogéneo, encuentra nuevas cualidades, que si bien, según él, favorecen su actitud en grupo, restan toda cualidad a nivel personal.

Dentro de estas masas, aparecen nuevas cualidades para el hombre totalmente alejadas del individualismo, que le confieren nuevas formas de actuación y de pensamiento.

Es lo que se define como el surgimiento de la “psicología de las masas” y con el concepto de **alma colectiva**⁷².

Con estos conceptos, establece que dentro de una multitud de masas, se borran todo tipo de particularidades de individuos, desaparece la personalidad de todos los que la

⁷¹ **Gustave Le bon (1841 – 1931)** Psicólogo y sociólogo francés que destaca por sus numerosos estudios sobre la psicología de las masas durante la primera mitad del siglo XX. Supone una referencia crítica para los posteriores estudios de Sigmund Freud sobre la influencia de las masas en las sociedades democratizadas.

⁷² **Le bon** define el concepto de alma colectiva como la forma en la que las masas actúan de forma conjunta, con unos mismos ideales y formas de actuar, fruto de las nociones que les infunden las élites y dejando de lado cualquier consideración o pensamiento individual.

integran y se ven controlados bajo un nuevo inconsciente social, que logra que lo heterogéneo se funda en lo homogéneo.

“la superestructura psíquica, tan desarrollada por el individuo, queda destruida, apareciendo desnuda la uniforme base inconsciente común a todos” (Freud: 1921: 58)

El hecho de que un individuo pase de ser un ser heterogéneo para formar parte de un todo homogéneo supone un cambio en sus características, ya no estamos hablando de una persona con pensamientos y razonamientos individuales sino que dentro del inconsciente social comienzan a sentir y pensar de forma colectiva, al igual que el resto.

Esto les lleva a potenciar el sentimiento de potencia invencible, respaldado por un grupo que piensan lo mismo que él y le permite ceder a ciertos instintos, que de forma aislada, sería incapaz de llevar a cabo.

El contagio mental y la sugestibilidad, son dos de las cualidades que surgen dentro del escenario de las masas, por tanto, están muy relacionados con el término que hemos mencionado anteriormente de hipnosis general.

“El más singular de los fenómenos presentados por la masa psicológica es el siguiente: cualesquiera que sean los individuos que la componen y por diversos o semejantes que puedan ser en su género de vida, ocupaciones, carácter o su inteligencia, el solo hecho de hallarse transformados en una multitud les dota de una especie de alma colectiva. Este alma les hace sentir, pensar y obrar de manera por completo distinta de como sentiría, pensaría y obraría cada uno de ellos aisladamente” (Freud: 1921: 12)

Le bon establece así una estrecha relación y similitud entre lo que es el estado hipnótico en general, y el estado de los individuos a la hora de formar parte de una multitud.

Es decir, la teoría que defiende Le bon, y que venimos perfilando de la mano de muchos autores en la línea crítica hacia la sociedad de masas, es que el individuo pierde

toda clase de capacidad propia e individual de pensamiento, decisión... una vez que forma parte de las masas.

Deja de pensar por sí mismo para que lo haga cierta fuerza superior que decide por ellos, en este caso el Estado es esa fuerza superior, que consigue mantenerlos hipnotizados, junto a los medios de comunicación de masas, que no olvidemos, ofrece la información según les interesa en cada momento.

Así, tras hablar de la condición del individuo como persona racional, la compara con la definición del alma colectiva procedente de las masas y considera que hay grandes similitudes entre las mismas y la vida anímica de los primitivos.

“Por el solo hecho de formar parte una multitud descende, pues, el hombre varios escalones en la escala de la civilización. Aislado, era quizá un individuo culto; en multitud, un bárbaro. Tiene la espontaneidad, la violencia, la ferocidad y también los entusiasmos y los heroísmos de los seres primitivos.” (Freud: 1921:16)

Según esta declaración, que recoge Freud al hablar de las teorías de Le bon, la figura del hombre, al verse inmerso dentro del fenómeno de las masas, pasa a ser un simple instrumento del sistema, que no le otorga la consideración que merece como persona con capacidad de pensamiento, de reacción y de decisión.

Para él, las masas se convierten en una multitud extraordinariamente influenciable y crédula, que carece de sentido crítico y para las que lo inverosímil no existe, por tanto, estamos ante una visión de la masa con una forma de conocimiento inferior a la que se encuentra en un individuo.

Es decir, las características de las masas a las que nos aproxima Le bon, con las novedosas ideas del *alma colectiva* o del *hipnótico general*, no son más que consideraciones que ya anteriormente se habían tenido en cuenta de la mano de otros autores, pero eran definidas con otros conceptos.

En realidad, todos están encaminados a la misma consideración de las masas como una forma de asociación en la que se denigra al individuo al situarlo en una situación inferior, como uno más de un todo homogéneo incapaz de pensar y actuar por sí mismo.

Estas teorías recogidas por Le bon en sus diferentes obras, son las que asume Freud como base para la investigación en su “*Psicología de masas*” de 1921, donde realiza una crítica a todas y cada una de las pautas de pensamiento de Le bon, como la existencia de un alma colectiva o un fenómeno hipnótico general, que deja la figura del individuo relegada a la nada.

Sigmund Freud⁷³, filósofo y psicólogo de referencia en el análisis a las masas, analiza la figura de estas y su relación con la nueva estructura social bajo el dominio de un Estado Democrático.

Ve, efectivamente desde las consideraciones de Le bon, a las multitudes como extraordinariamente influenciables y crédulas, que carecen de sentido crítico y no saben ver lo inverosímil de las certezas que les vienen dadas por fuerzas externas.

Así, en sus obras de referencia, define la figura de las masas con afirmaciones como la siguiente:

“Un entre velado negativo, como la encarnación del inconsciente colectivo: exenta de la presión de la norma, la ética o la ley, la masa se muestra irracional, regida por sus deseos inmediatos, salvaje (...)” (Freud: 1921:34)

Para Freud, su obra “*Psicología de masas*” supone una forma de corroborar que la existencia de las masas humanas es como una forma de volver a la *horda primitiva* de la sociedad.

⁷³ **Sigmund Freud (1856 – 1939)** De origen Inglés, es considerado el padre del psicoanálisis y una de las figuras claves del intelectual del siglo XX. Autor de multitud de obras de referencia sobre la psicología humana. En este caso destacamos su obra “*Psicología de masas*” publicada en 1921 en la que utiliza los conceptos lanzados previamente por Gustave Le bon para estructurar una crítica y un análisis a la existencia de las masas y su influencia en los individuos de la sociedad.

Así, introduce nuevos conceptos como la **psicología colectiva** para hacer referencia a una sociedad de masas, que para él, supone un modelo de psicología humana clásico, en el cual los individuos se dejan guiar por una fuerza superior que les facilita todas las labores sociales y políticas.

Lo define por tanto, como una fórmula de liberación del peso de las normas sociales, donde los individuos sienten como una válvula de escape a la presión civilizadora que relegan a las manos de una fuerza superior, el Estado, que se encarga de dominarles.

Por parte de los integrantes de la sociedad, lejos de verlo como algo negativo, el hecho de pensar en colectivo y dejar de lado todo tipo de preferencias individuales, simplemente trae intereses y beneficios generales, por tanto, hace que depositen un amplio grado de confianza en el Estado que los gestiona.

“Al hablar de psicología social o colectiva, propia de las masas, se acostumbra a escindir de las relaciones personales para tomar como ejemplo de relaciones la influencia que se ejerce sobre el individuo por parte de un gran número de personas.” (Freud: 1921: 37)

Así, en la obra de referencia de Freud, se establece una división entre la *psicología del yo* (individual) y la *psicología de masas* (colectivo) que se contraponen entre sí en el momento en que el individuo pasa a formar parte de ciertos colectivos y asociaciones.

Supone, por tanto, la explicación que venimos mencionando a lo largo de las críticas de diferentes autores, el hecho de que el individuo tenga una serie de actuaciones o pensamientos completamente diferentes si actúa bajo su propia consciencia o dentro de una psicología colectiva, que en este caso, le viene dada por las masas.

Esto lleva a establecer la idea de la separación entre el yo propio y el ideal del yo; cuando un individuo pasa a formar parte de una masa estable, pierde su ideal del yo y lo intercambia por el ideal del yo del colectivo al que pertenece, en este caso, la sociedad de masas que se ve corporizada en el líder.

Así, en definitiva, la crítica de Freud se fundamenta en corroborar todas las investigaciones filosóficas de Le bon sobre los individuos y su figura en las masas, y advierte que para poder formar parte de una masa colectiva, el individuo no debería verse obligado a dejar de lado sus cualidades personales.

Siendo estas cualidades innatas en cada uno, una serie de conceptos que jamás se deberían dejar de lado y así no hablaríamos de las masas colectivas como elemento que denigra a los individuos sino que les permiten continuar con su concepción individual intacta.

2.2.4 Visiones ante la cultura de masas

2.2.4.1 Introducción

“Consumir es la nueva alegría masiva: se consume a Mozart, a un museo, a un sol radiante.... Consumir es mucho más que el simple hecho de adquirir... consumir es, más bien, ejercer una función” (Moles, 1971: 24)

Con esta afirmación de la filosofía de Abraham Moles, comenzamos un nuevo apartado en el nos encargamos de analizar las diferentes visiones que existen en torno a uno de los conceptos inherentes de la nueva sociedad de masas, **la cultura de masas**.

Como hemos ido reiterando a lo largo de toda nuestra investigación, el concepto de cultura, de forma tradicional, era considerado un fenómeno asociado a las élites y a un nivel superior de conocimientos y razonamientos.

Sin embargo, la llegada de una nueva sociedad, basada en las masas, en el consumismo y en el entretenimiento como factor esencial, hace que la cultura se convierta en un elemento dirigido al gran público, por tanto, se vea convertida en un contenido banalizado y reducido a la mínima elaboración.

Para Abraham Moles, la cultura contemporánea de masas, se gestiona desde determinados modelos socio dinámicos, en los cuales aparece un micro medio creador y un micro medio consumidor y donde circulan los *culturemas* o elementos de cultura, considerando que la “cultura mosaico” que surge de esta organización se contraponen a la cultura tradicional y humanística (Moles:1978:55)

Este nuevo modelo de cultura, que se pone en marcha a partir de la implantación de un nuevo Estado Democrático que funciona como fuerza superior, conlleva toda una serie de particularidades como nuevos mecanismos capitalistas, globalización e Industrias de la Información o Industrias Culturales.

Hablar de Industrias culturales, hace que hablemos de la cultura desde una nueva perspectiva, la cultura de masas, dirigida hacia el gran público y basada en el soporte ideológico del imperialismo cultural norteamericano⁷⁴.

Este modelo americano de cultura supone una evidente amenaza para las culturas tradicionales, como es el caso de la europea, por la desidentificación cultural que viven pueblos y naciones con estos nuevos modelos que traen la aparición de los medios de masas como una fractura en la clásica producción cultural.

En definitiva, la llegada de una Sociedad democratizada con su cantidad de particularidades, hace que se desdibuje el Orden Internacional establecido para dar paso a un nuevo mecanismo social y cultural dominado por las masas, que despierta una serie de opiniones encontradas al respecto.

Así bien, existen multitud de filósofos y estudiosos de la materia sociológica que se encargan de analizar las características de la nueva sociedad Democratizada y dominada por las masas.

Algunos de ellos desde una vertiente positivista, ya que consideran que se trata de una nueva organización que va a traer aspectos beneficiosos para la sociedad, en general, y

⁷⁴ El **imperialismo cultural norteamericano**, conforme hemos ido señalando a lo largo de nuestra investigación, tiene unos conceptos culturales completamente opuestos a lo que se considera “cultura clásica”, es decir, implementa un nuevo modelo de cultura alejado de la cultura tradicional de origen europeo, que era de élites, de calidad. En el modelo de imperialismo cultural norteamericano la prioridad es otra, se centra en vender, en producir contenidos en masa, que se encarguen de atraer al gran público y de entretener.

consigue despertar actitudes generales que ayudan al desarrollo del conjunto social y de la igualdad de las clases.

Mientras que, desde el extremo opuesto, se considera que la existencia de esta sociedad democratizada, dominada por el Estado y dirigida a las masas, es una forma de anular al individuo, de forma que, no tiene ni voz ni voto en la jerarquía social, dejando de lado todas sus capacidades como individuo pensante para ser uno más de un todo.

Dentro de esta línea de pensamiento existe una amplia lista de filósofos que parten del precedente crítico de la Escuela de Frankfurt, con numerosos seguidores, desde Nietzsche hasta Freud.

Sin embargo, es **Umberto Eco**⁷⁵ el primer experto en comunicación social, que se encarga de analizar el fenómeno desde el prisma de la cultura y poner nombre a estas dos líneas de pensamiento encontradas bajo dos conceptos que el mismo considera “generalistas”.

Los *apocalípticos*, que se centran en la vertiente crítica y los *integrados*, que defienden las funciones de la actual sociedad y cultura de masas, que según ellos, democratizan los bienes culturales.

Eco, introduce estos dos conceptos para determinar dos posturas muy diferenciadas entre aquellos que se mantienen elaborando teorías sobre la decadencia que supone para la cultura su adscripción a las masas, los apocalípticos, y por otro lado, los integrados, que en lugar de teorizar, se encargan de aceptar, actuar, producir y emitir sus mensajes a todos los niveles, dentro de la cultura de masas, que ya consideran incuestionable.

Por tanto, asegura que mientras la postura de la apocalipsis se acerca más al pensamiento de obsesión, los integrados se centran en la preeminencia de una realidad a la que saben que deben unirse si quieren sobrevivir.

⁷⁵ **Umberto Eco**; escritor y filósofo de origen Italiano, experto en semiótica, destaca por sus numerosas obras en las que se encarga de analizar los diferentes aspectos semióticos de la sociedad. En este caso, hacemos referencia a su obra “*Apocalípticos e Integrados*” (1965) en la que recoge su visión crítica sobre las diferentes posturas que existen a la hora de analizar la presencia de la cultura de masas en la Sociedad Democratizada.

2.2.4.2 Concepto de Apocalípticos de Eco

Heráclito: “¿Por qué queréis arrastrarme a todas partes oh ignorantes?
Yo no he escrito para vosotros, sino para quien pueda comprenderme.
Para mí, uno vale por cien mil, y nada la multitud” (Eco: 1965:27)

Con esta afirmación de Heráclito, Eco introduce a través de su obra de referencia, la esclarecedora filosofía que defienden aquellos que desde su visión clásica, consideran que la cultura de masas hace que los contenidos culturales de calidad dejen de serlo para convertirse en contenidos banales y superficiales dirigidos al gran público, las masas.

Con antecedentes históricos, que ya establecen estas consideraciones basadas en la lucidez intelectual y la torpeza del hombre masa, como es el caso de Ortega y Gasset en su “*Rebelión de las masas*”, Eco fructifica esta filosofía bajo la definición de **apocalípticos** respecto a la cultura de masas.

Desarrollan su teoría crítica en contra de la cultura de masas, ya que consideran que “la cultura de masas es la anticultura”, por tanto, en la línea de pensamiento de Heráclito, creen que la cultura debe considerarse como lo ha hecho tradicionalmente:

“Un conocimiento aristocrático, de cultivo celoso, asiduo y solitario, de una interioridad refinada que se opone a la vulgaridad de la muchedumbre”.
(Eco: 1924: 37)

Ven la cultura de masas como una amenaza hacia la cultura de élite, como la hipóbole de lo que consideran la “anticultura”, para ellos signo de la decadencia total del concepto de cultura.

Los nuevos contenidos que se elaboran bajo el nombre de “cultura”, aseguran, no deben denominarse cultura ni dirigirse como tal a las élites o la aristocracia, puesto que se trata de un tipo de contenido muy alejado de lo que estos entienden por cultura.

Así, al aunar el concepto de masa al de cultura, se pierde toda la particularidad y la calidad de la que siempre había gozado al ser dirigida a unas élites concretas, estudiadas y adecuadas para recibir contenidos prestigiosos.

A partir de la llegada de una sociedad democratizada, el prisma desde el que se ve la cultura pasa al extremo de los contenidos elaborados hacia la mediocridad del gusto medio, donde entra en auge la homologación que se produce al manipular al público de manera inconsciente.

Los medios de comunicación de masas se basan en leyes preestablecidas de oferta y demanda y en una esfera en la que lo más interesante es vender contenidos, logran difundir información interesada y así crear emociones pre construidas en pro de las leyes del mercado.

La visión apocalíptica, según Eco, defiende que el concepto de masa conlleva únicamente circunstancias negativas hacia la cultura, que se ve degradada y hacia el individuo en sí, que deja de lado sus aptitudes personales y se vuelve acrítico y con una visión pasiva del mundo desde su concepción como *grupo*.

El público llega al punto en el que simplemente asume y sigue las directrices que les marca la fuerza que les controla, sin pararse a pensar en sus circunstancias o en la calidad o certeza del mensaje que les ofrecen.

Compartiendo la filosofía de Nietzsche, los ideales apocalípticos se explican bajo la siguiente afirmación:

“nosotros dos, tu y yo, los únicos que hemos comprendido que estamos a salvo:
los únicos que no somos masa” (Eco: 1924: 45)

Una definición que deja clara la idea de menosprecio hacia la figura de masa, que si bien, asumen que existe, se rehúsan a seguir o a adaptarse a todas las condiciones que ésta conlleva, como por ejemplo, la existencia de unos contenidos generales bajo una Industria cultural.

Así, a la hora recoger las principales proposiciones de la teoría apocalíptica, se pueden prever las opiniones acerca de los medios de comunicación de masas, que definen como medios que se dirigen a un público heterogéneo y especifican como “medios de gusto⁷⁶”.

Son una clase de medios caracterizados por destruir las culturas particulares de los grupos étnicos, ya que se encargan de elaborar una cultura “global”, en la que los contenidos e información se adaptan a la generalización.

En definitiva, para Eco, los apocalípticos son la figura de los procedentes de la vieja generación, que tienen una visión hacia el pasado, hacia las viejas costumbres en las que las élites dominaban, porque tenían el poder aristocrático de hacerlo y en la cultura, eran las antiguas teologías las que mandaban.

Por tanto, condenan todo aquello que tenga que ver con nuevas fórmulas de crear cultura y hacer que el arte se convierta en un contenido mercantil que se distribuye en grandes cantidades hacia las multitudes.

Dentro de una teoría crítica hacia la cultura de masas, la obra de Eco remarca que existe en sus condiciones un fondo de confianza hacia las capacidades del ser humano.

Es decir, consideran que existe una comunidad de “*superhombres*⁷⁷” capaces de elevarse, aunque solo sea mediante el rechazo, por encima de la banalidad media. Por

⁷⁶ A la hora de hablar de *medios de gusto*, los apocalípticos dejan claro que los medios de comunicación de masas se centran en ofrecer contenidos atractivos y adaptados a las grandes masas, a que sean contenidos fáciles de comercializar e interesen a un público general, por tanto, se centran en lo más superficial y sencillo posible, contenidos banales o de entretenimiento, que son los que mas “gustan” a la sociedad.

⁷⁷ El concepto de superhombre que recoge Eco a la hora de hablar de la crítica apocalíptica de la figura de la masa, concretamente la existencia de la cultura de masa, es la que nace de la teoría crítica de Nietzsche, que es uno de los referentes históricos más destacados en cuanto a la crítica al concepto de masas y concretamente al fenómeno de “cultura de masas”.

Así, “superhombre” es la forma con la que Nietzsche define el hombre que según él debe conformar la sociedad y lo plasma en su obra “*Así habló Zaratustra*”. El hombre que debe estar alejado del Estado que lo limita y lo convierte en parte de una masa que le lleva a ser superfluo, con una conducta despersonalizada.

tanto, confían en que es posible llegar a proporcionar una cultura que evite el condicionamiento industrial.

2.2.4.3 Concepto de Integrados de Eco

Desde el extremo opuesto a la visión clásica y crítica contra la cultura de masas, que es la que defienden los Apocalípticos, se encuentran las visiones y teorías de aquellos que consideran óptima la integración y funcionamiento de la cultura de masas, que son calificados por Eco como Integrados.

Así, conocemos como Integrados, aquellos ven la aparición de la cultura de masas como algo positivo, al menos no tan negativo como la visión apocalíptica, sino que sencillamente se trata de una fenómeno que transforma la forma de percibir los contenidos y hacerlos llegar a los diferentes sectores de la sociedad.

Ven la cultura de masas como una forma de generalizar el marco cultural y suprimir las diferencias que tradicionalmente han supuesto las estratificaciones entre clases sociales, por tanto, desde un prisma diferente y menos negativo del que le aporta la crítica apocalíptica.

La filosofía integrada defiende una serie de proposiciones muy claras, que se centran en la idea de que la cultura de masas no surge como un concepto típico y limitado de un régimen capitalista, sino que se basa en un modelo de régimen social en el que la masa de ciudadanos participa con igualdad de todos los derechos de la vida pública, como es el acceso a la cultura.

Por tanto, el superhombre es aquel que logra mantener todas sus características personales lejos de caer en formar parte del estado.

Afirman, por tanto, que la cultura de masas no pretende sustituir o invadir los conceptos de cultura de élite o cultura superior sino que se encarga de difundir nuevos términos de cultura entre las grandes masas que nunca habían tenido acceso a la misma.

Crean, por tanto, en la llegada y establecimiento del fenómeno mencionado cultura de masas que surge del desarrollo tecnológico como una prometedora posibilidad de expansión cultural.

Uno de los principales puntos de defensa hacia la cultura de masas por parte de los integrados se centra en negar la idea de que la cultura de masas sea una forma de degradar la cultura y hacer que los contenidos culturales que la sociedad recibe sean banales y de escasa calidad.

Así, mediante una perspectiva retrospectiva aseguran que, tradicionalmente, la que se conocía como cultura de élite tampoco llegaba a todos los sectores de la alta sociedad o aristocracia, sino que se quedaban en una forma más superficial de tratar los contenidos culturales.

Por tanto, uno de los principales inconvenientes que se le otorgan a la cultura de masas, no sería origen de su implementación, sino una forma de actuación clásica a la hora de hablar de contenidos culturales.

“A la hora de imaginar al ciudadano del país moderno, no debemos pensar en el que se compara con el humanista antiguo que se movía de forma límpida y con autonomía por los campos del saber, sino más bien, con el obrero o el pequeño artesano, que hace años que se veía excluido del disfrute de los bienes culturales” (Eco: 1965:61)

Bajo esta afirmación Eco defiende que los integrados establecen un símil entre el individuo de la sociedad clásica, que ya estaba lejos de la cultura de élite, ya que no recibía contenidos de calidad y el hombre masas de la actualidad.

En ambos casos, a pesar de que se encuentren frente a obras universales o de suprema calidad, siempre van a disfrutar de los aspectos más superficiales, no en los complejos valores reales que la obra pueda tener, por tanto, no es un problema que introduce la cultura de masas, sino que viene desde atrás en la sociedad.

Así, una vez argumentada y rebatida la idea de que la cultura de masas aleja a los individuos de contenidos de calidad, defienden que por el contrario, supondría una Homogenización del gusto que, además, contribuiría a eliminar ciertos niveles sociales y a unificar las sensibilidades nacionales, desarrollaría funciones de descongestión anticolonialista, en muchas partes del globo.

La cultura de masas es vista por ellos desde el prisma de una renovación estilística, que si tiene repercusiones en el ámbito de las artes superiores, pero no en su detrimento, sino en la promoción de su desarrollo.

En definitiva, los integrados de Eco, consideran que las nuevas tecnologías y la cultura de masa son fórmulas que aseguran un futuro más libre y prometedor para la sociedad en general.

Defienden el fenómeno de Industria Cultural y sus múltiples fórmulas de difusión de contenidos como la fórmula adecuada para hacer que todos los ámbitos relacionados con el arte no se centren y limiten a las élites sino que sean capaces de llegar a los sectores más marginados.

Sin embargo, ensalzar la cultura de masas, les lleva a dejar al margen de su teoría algunas consideraciones esenciales, lo cual convierte su teoría en una forma de ver este fenómeno desde un prisma que no es completo ni real.

No tienen en cuenta el problema que plantean los apocalípticos de ver que los contenidos culturales que se realizan desde las élites y que son dirigidos a las masas, están pensados con unas consideraciones capitalistas, condicionadas y dirigidas.

Es algo que no se plantean, simplemente hablan de la capacidad de una difusión de cultura a niveles generales, pero no tienen en cuenta aspectos importantes como el mencionado, que es utilizado por Eco para delimitar su crítica hacia las dos vertientes como puntos de vista variables del fenómeno, ya que no tienen presentes algunos aspectos fundamentales.

2.2.4.4 Críticas y Diferencias entre ambos conceptos

La estrategia de Eco a la hora de trazar su crítica respecto a la figura de la cultura de masas es evaluar las diferentes visiones al respecto y otorgarles la denominación de apocalípticos e integrados.

Sin embargo, una de las cualidades de su obra es que se encarga de ofrecer una visión de ambas posturas mucho menos radical y más analítica, puesto que considera que no existe una postura completamente cierta o al menos que cuente con todos los puntos de vista existentes para poder establecer una teoría.

Asegura que, tanto las opiniones de los críticos apocalípticos, como las de los seguidores de la cultura de masas, integrados, presentan unas teorías al respecto que no son fieles a todos los aspectos que pueden tenerse en cuenta sobre la existencia de dicho efecto en la sociedad.

Es decir, ambos extremos se centran en las consideraciones que les interesan para defender o criticar la cultura de masas, pero obvian aspectos o características sociales que aportarían a su visión cierta ambigüedad y menos radicalidad.

El problema, desde la perspectiva de Eco, es que ambas posturas se centran en establecer la problemática del fenómeno en un punto de vista equivocado, como es el evitar o no que la cultura entre en el juego de la Industria Cultural.

El sociólogo asegura que este no es el problema a tener en cuenta o sobre el que actuar, puesto que es evidente e inalienable que dentro del Orden Internacional se establece un nuevo tipo de sociedad dominada por las masas y por mecanismos de producción como la Industria Cultural, por tanto, no es útil centrarse en saber si esta es buena o mala.

Lo que debe preocupar a la sociedad, desde su punto de vista es conocer qué tipo de actividades se pueden llevar a cabo para que estos medios de masas puedan ofrecer contenidos que realmente se consideren cultura.

“Desde el momento en que la presente situación de una sociedad industrial convierte en irreparable aquel tipo de relación comunicativa conocida como conjunto de los medios de masa, ¿qué acción cultural es posible para hacer que estos medios de masas puedan ser vehículo de valores culturales?” (Eco: 1965. 54)

Como bien recoge en esta afirmación, desde su obra de referencia, el hecho de estar a favor o en contra de la existencia de una cultura de masas no tienen sentido alguno, desde el prisma en que es evidente su existencia y que no se puede hacer nada para evitarlo.

Por tanto, delimita todos los fallos que encuentra en las teorías, tanto de apocalípticos como de integrados, y lo toma de punto de partida para sus propias consideraciones en el análisis de la situación.

En torno al punto de vista de los **Integrados**, Eco afirma que hay aspectos que no son correctos dentro de la teoría que defienden, como por ejemplo, el hecho de considerar la cultura de masas un fenómeno positivo en todas sus vertientes.

Aseguran que por el simple hecho de que exista una multiplicación de productos industriales que se difunden y alcanzan todos los sectores de la sociedad, de por sí, la existencia de la cultura de masas es positiva, según la bondad que suponen del mercado libre.

Ven la producción cultural como positiva en sí y, por tanto, no creen que deba ser criticada, sin embargo, no tienen presente la idea de que la existencia de la Industria Cultural puede que no sea negativa como tal, pero sí trae una serie de efectos y consecuencias en la sociedad y en las actuaciones de los individuos, que se tornan en efectos negativos.

Es el caso del consumismo o de la interpretación superficial y conformista de los contenidos que circulan a través de dicha Industria, por parte de los individuos.⁷⁸

Por tanto, no es lícito defender la existencia de la cultura de masas basándose en unas perspectivas incompletas, que simplemente tienen en cuenta los aspectos positivos, pero dejan a un lado aquellos efectos negativos que producen en la sociedad o en los actos de los individuos.

En el extremo opuesto, desde la visión de los **apocalípticos**, con su crítica a la cultura de masas, tampoco se tienen en cuenta todas las vertientes necesarias para desarrollar su crítica negativa hacia dicho fenómeno social.

Es decir, únicamente se recogen las circunstancias negativas de forma general, como asegurar que todo lo que tiene que ver con las masas es negativo, sin pararse a delimitar o analizar los contenidos que se difunden, simplemente por formar parte de una Industria, los consideran inferiores y negativos.

El simple hecho de ser industrial les basta para considerar la cultura de masas como algo irrelevante y negativo, en lugar de pararse a analizarlos, y estudiar las reacciones que se producen en relación al hombre masa.

En definitiva, el hecho de la existencia de la Industria cultural y la validez o no de sus contenidos es el núcleo en el que radica la problemática que incumbe tanto a

⁷⁸ Bajo esta perspectiva de vislumbrar la cultura de masas con un concepto no positivo o negativo en sí mismo, sino que, depende de las cualidades que provoca en la sociedad, así como el fenómeno de Industria Cultural, que hace que los individuos actúen según los contenidos que reciben, Umberto Eco plantea su propia teoría y forma de actuación semiótica, a partir de esta obra, en la que plantea la activación de procesos responsables y críticos de interpretación de los mensajes mediáticos.

apocalípticos como a integrados, cuando el problema real, según Eco, no reside para nada en este punto.

“El problema de cultura de masas en realidad se basa en que en la actualidad es maniobrada por “grupos económicos” que persiguen finalidades de lucro, y realizada por “ejecutores especializados” en suministrar lo que se estima de mejor salida, sin que tenga lugar una intervención masiva de los hombres de cultura en la producción.”(Eco: 1965:67)

Por tanto, a partir de esta afirmación, podemos interpretar la esclarecedora visión de Umberto Eco en torno a la existencia de la cultura de masas y las diferentes opiniones al respecto.

Si bien, respeta las sentencias de apocalípticos e integrados, su visión va más allá y cree que ambas posturas radican su teoría desde puntos de vista equivocados, de forma que, el problema no reside en averiguar si la Industria y la cultura de masas, son positivas o no para la sociedad, puesto que es un fenómeno que ya existe y que es irremplazable dentro del Orden Internacional actual.

Así, advierte, que el foco de estudio respecto a la cultura de masas debe centrarse en buscar las fórmulas adecuadas para que dentro de la misma se logren crear contenidos culturales de calidad y no únicamente contenidos que se llaman cultura, pero que están banalizados y controlados por la ley de oferta y demanda del mercado.

Por tanto, aquello que debe ocupar el tiempo y las preocupaciones sociales es la búsqueda de actitudes o actividades sociales dirigidas a conseguir la difusión de verdaderos contenidos culturales de calidad.

De lo cual desprende la necesidad de la intervención activa de las comunidades culturales profesionales dentro de la esfera de las comunicaciones de masas, que asegura,

mantienen una postura de silencio en la que la no protesta más se aproxima a una actitud de complicidad que de crítica o protesta.

Paliar el problema de unos medios de comunicación de masas basados en sistemas económicos de oferta y demanda, supondría contar con la figura de expertos en la materia cultural involucrados, que permitiese de alguna forma guiar el contenido cultural que las políticas económicas quieren distribuir.

Sin embargo, las grandes figuras de la cultura, los hombres de la cultura, se caracterizan más por ser reacios y negativos, con una figura de protesta, por tanto, lejos de poder significar un cambio para la cultura de masas.

En definitiva, desde el punto de vista de Eco, la solución a la visión con la que debemos afrontar la cultura de masas no es luchar contra ella o considerarla positiva o nociva, sino aceptar que es irremediable y que desde dentro de la misma, como parte del sistema, los esfuerzos que se deben realizar deben ir encaminados a analizar los contenidos que utiliza y trabajar para lograr acciones que den como fruto verdaderos valores culturales.

2.3. La Brecha Digital

2.3.1 Introducción a la situación del Orden Internacional

“No estamos viviendo en una aldea global, sino en chalecitos individuales, producidos a escala global y distribuidos localmente” (Castells, 1999: 374)

La Sociedad Red, en la que nos movemos actualmente, establece una serie de movimientos y flujos comunicativos que caracterizan el Orden Internacional a través de las jerarquías que implanta en la Sociedad y que afectan a ámbitos tan dispares como la economía, la cultura o el funcionamiento y dinamismo de la propia sociedad y ciudadanía.

La llegada e implementación de las nuevas tecnologías, como motor del mundo, trajo consigo una serie de cambios a nivel mundial y a nivel más concentrado como es el nacional o local.

Si bien, todos estos cambios suponen un gran número de avances, como bien se auguraba antes de la llegada de las nuevas tecnologías, lo cierto es que también traen desventajas o partes menos favorables para la sociedad.

Como podemos observar en una de nuestras obras de referencia sobre la Sociedad de la Información (Felicí Soto, 2006:17), los principios básicos que se esperaban de la implantación internacional de la Sociedad Red se centraban en características positivas como: lograr un acceso mundial a la información, compartir recursos y mejorar el desarrollo socioeconómico y cultural de las personas, entre muchas otras ventajas de una sociedad dominada por las nuevas tecnologías.

En definitiva, se esperaba de este nuevo modelo de sociedad que funcionase como elemento propulsor de los cambios sociales hacia el progreso de la sociedad, y así fomentar la inclusión social de todos los individuos de la misma.

Sin embargo, a medida que las nuevas tecnologías son las protagonistas del funcionamiento del Orden Internacional, las esperanzas puestas en su implantación se quedan en meros anhelos.

La cruda realidad deja en evidencia el alto número de deficiencias que trae consigo la Sociedad Red, como son, ante todo, el aumento de las desigualdades entre clases sociales.

Según los datos resultantes de los estudios del **Foro Económico mundial**⁷⁹ acerca de las TIC, se asegura que lo más preocupante de la situación internacional, referente a las nuevas tecnologías, es que:

“El 50% de los usuarios de Internet pertenecen al G8, que representa tan solo el 15% de la población mundial. En US hay 8 veces más usuarios de Internet que en todo el continente Africano. Existen más usuarios de Internet en Londres que en todo Pakistán”.

En el último Informe del Foro Económico Mundial, elaborado en 2013 acerca de las TIC, se afirma que “no se ha avanzado en superar la nueva brecha digital. La gran mayoría de las economías en desarrollo no han logrado establecer una serie de condiciones necesarias para cerrar la brecha digital que existe con las economías avanzadas.”

En la clasificación de países mejor conectados, con lo que supone contar con unas economías avanzadas, Finlandia, Singapur y Suecia, encabezan el índice de Tecnologías de la Información. Mientras que en América Latina, Chile, Panamá Uruguay y Costa Rica están a la cabeza de la clasificación regional.

Estados Unidos ocupa el 9º lugar, en tanto que México y Brasil ven como su situación muestra algunas mejoras.

⁷⁹**Foro Económico Mundial o World Economic Forum (WEF)** Se conoce como una fundación sin ánimo de lucro que realiza asambleas anuales en las que se reúnen los principales líderes empresariales, políticos internacionales, periodistas e intelectuales, para dar solución o analizar aquellos problemas que aparecen en el Orden Internacional. En 2013 se presentó el último informe sobre el funcionamiento de las tecnologías de Información y comunicación a nivel Internacional.

Por tanto, queda patente el bagaje de inconvenientes o desigualdades que existen en la sociedad, a nivel internacional y a nivel interno de cada región, como ahondaremos más adelante.

El hecho de que las nuevas tecnologías se conviertan en el motor de producción de una sociedad, hace que las diferencias entre aquellos que tienen acceso a ellas y aquellos que no, se tornen en aspectos fundamentales de organización del sistema.

Algunas de las voces expertas en la materia afirman el nivel de desigualdades que existen en las sociedades tecnológicas. Entre estos expertos, destacamos a Ada Myriam Felicié Soto⁸⁰, en cuya obra de referencia recoge las experiencias de científicos prestigiosos como Tezanos⁸¹.

“Tezanos asegura que las nuevas tecnologías poseen un poder devastador que les permite ofrecer riqueza y poder a las personas que posean las habilidades para enfrentarlas y controlarlas, destruyen las industrias basadas en las tecnologías más antiguas y tienden a acentuar las desigualdades en la distribución de la riqueza (Tezanos , 2001 en Felicié Soto, 2006:42)

Manuel Castells, sociólogo y referencia internacional de la comunicación, en sus participaciones en el Foro Internacional sobre la Sociedad de la Información, aseguraba que, aunque todavía no estábamos adaptados por completo a los cambios que producían tecnologías como la televisión, tenemos que estar atentos a los que producirán las tecnologías de Internet puesto que van a ser mucho más drásticas y decisivas a nivel Internacional.

Así, define Internet desde una dimensión geográfica que recoge tres ámbitos a estudiar como: su geografía técnica, la distribución espacial de los usuarios y, por último, la geografía de producción de Internet (Ballesteros, 2002:79).

⁸⁰**Ada Myriam Felicié Soto:** autora de *“Biblioteca Pública, Sociedad de la Información y Brecha Digital”*. Doctora en Biblioteconomía y Documentación. Ha realizado labores como bibliotecaria docente en diferentes universidades y participado en diferentes investigaciones sobre la biblioteconomía en diferentes países.

⁸¹**Tezanos, JF.** Catedrático de Sociología. Autor de obras de referencia como *“La Sociedad dividida: Estructuras de clases y desigualdades en las sociedades tecnológicas”*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2001

Bajo este contexto, de implantación de Sociedad Red a nivel mundial, con una serie de consecuencias patentes, como las evidentes desigualdades, se enmarca el surgimiento del concepto de “brecha digital”, que se fundamenta en las diferencias entre los “conectados” y los “no conectados” a la red de Internet.

La implantación de las nuevas tecnologías hace que se genere un marco unitario y globalizado a nivel internacional, con lo que se consigue establecer una primera fragmentación entre el universo virtual y la realidad que nos rodea, hecho que trae como consecuencia que los que están fuera de Internet se consideren fuera del mercado y no existan.

Aquellos que provienen de los países “info ricos” tienen acceso a la producción y recepción de información, mientras los países “info pobres” se encuentran en el extremo contrario y no cuentan ni con la capacidad de producir información ni con las facilidades para acceder a ella.

El concepto y dimensión de la brecha digital, supone un nuevo reflejo de la forma en que se asocian las diferentes élites de la sociedad internacional y un claro espejo de cómo la condición de subdesarrollo humano se expande desde los aspectos culturales y sociales y trascienden hasta lo tecnológico.

Así, podemos decir que la situación actual de la Sociedad Red está dominada por una serie de características que, si bien, incluyen una serie de características positivas, ventajas para aquellos que pueden acceder a la Información, también supone todo un bagaje de aspectos negativos para aquellos que no tienen la suerte de poder gozar de Información.

Se crean una serie de “brechas digitales” que hacen que la diferencia entre sectores desarrollados y subdesarrollados sea mucho más pronunciada y deje relegados a los últimos puestos de la sociedad a países sobre todo de África, Asia y América Latina.

2.3.2 Orígenes y Definición del Concepto de Brecha Digital

El término “brecha digital”, como lo entendemos hoy en día, encuentra sus orígenes en la potencia norteamericana, procede del término inglés “digital divide”, que comienza a escucharse en la época de la Administración Clinton, como presidente de los Estados Unidos, cuyo primer periodo es desde 1993 a 1997.

Según expertos en comunicación, la autoría del concepto digital divide encuentra su origen en autores como Simon Morre, Hoffman o Novak y Schlosser, sin embargo, **Lloyd Morriset**⁸², es el primero que utiliza el término conforme lo entendemos hoy día.

Morriset emplea el concepto de forma concreta para referirse a la fractura que podría producirse en los Estados Unidos entre “conectados” y “no conectados”, si no se superaban las serias diferencias entre territorios, razas y etnias, clases y géneros, mediante las inversiones públicas hacia las infraestructuras necesarias y educación.

Javier Fernández del Moral, en la revista **TELOS**⁸³, también atribuye el origen del concepto “digital divide” o brecha digital a Lloyd Morriset, por tanto, podemos decir que el sociólogo americano es la voz que introduce en los estudios internacionales el concepto de divisiones existentes debidas a las tecnologías de la Información.

La primera referencia pública al concepto como tal, para hablar de las diferencias y desigualdades existentes entre las élites, sectores con acceso a la red y aquellos sectores sociales que no contaban con estos privilegios, se produce en el **Informe Maitland**⁸⁴, también conocido como el Informe del “*Eslabón perdido*”.

Este informe, publicado en 1985, por demanda de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, organismo dependiente de Naciones Unidas, se planteaba desde el inicio la carencia crónica de infraestructuras en telecomunicaciones en el mundo.

⁸²**Lloyd Morriset:** Psicólogo de origen Americano, experto en materias como la comunicación, la educación.

⁸³**Revista TELOS,** Revista de pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad. Fundación Telefónica.

⁸⁴**Informe Maitland.** 1985. Encargado por la UIT. Unión Internacional de Telecomunicaciones, organismo dependiente de Naciones Unidas.

Esta propuesta, en forma de informe por parte de Naciones Unidas, sirvió de incentivo para el desarrollo de las telecomunicaciones, puesto que se ponía de manifiesto la deficiencia en implantación de nuevas tecnologías a nivel mundial.

Supone una forma de concienciación en torno al uso de las nuevas tecnologías para lograr estrategias de trabajo innovadoras y facilitar el conocimiento a grandes rasgos de los efectos socioeconómicos de las infraestructuras de la comunicación.

Representaba también, una disparidad, no sólo entre los países ricos y los países pobres, sino incluso entre las personas con medios y los más humildes de la sociedad, entre poblaciones rurales y urbanas y comenzaba a marcar un camino hacia las vías de solución para estas brechas digitales que existían a diferentes niveles en cuanto a accesos y servicios informativos y tecnológicos.

Una vez conocido públicamente el concepto de Digital Divide, sus primeras apariciones son gracias a la Administración Nacional de Telecomunicaciones e Información de Estados Unidos, que publicó en 1998 el documento: **“Falling through the Net II: New data on the Digital Divide”**.

En él se habla de Digital Divide para hacer referencia a las diferencias existentes en cuanto a disponibilidad de cada sector de la sociedad o grupos socioeconómicos, para acceder o contar con medios tecnológicos.

El **OCDE**⁸⁵ (Organización para la cooperación y Desarrollo Económico) es uno de los organismos internacionales encargados de analizar la influencia de la sociedad red a nivel mundial en cada una de las regiones, por tanto, establece otra de las definiciones del concepto más difundidas.

En la línea que siguen todos los estudiosos de la materia, el OCDE, plasma las evidentes divergencias entre sectores sociales debido al acceso que algunos de ellos tienen a las tecnologías de la Información y la Comunicación,

⁸⁵**OCDE:** Fundada en 1961, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) agrupa a 34 países miembros y su misión es promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo.

En definitiva, según el cúmulo de estudiosos de la materia y haciendo hincapié en el las consideraciones de la UNESCO en 2005⁸⁶, el concepto de Brecha Digital, se califica como un término multiforme y plural, que afecta a diferentes segmentos de la sociedad y trabaja en relación con un conjunto de factores económicos, sociales, culturales y demográficos influyentes a este problema.

Los factores que afectan a la brecha digital son un conjunto de factores económicos, sociales, culturales y demográficos, tanto a nivel internacional como nacional, lo que viene a corroborar las ideas precedentes de un concepto global y multidimensional.

Una serie de características que representan desde diferentes ángulos una disparidad, no solo entre los países ricos y los países pobres, sino también entre las personas con medios y aquellas que no los tienen dentro de una misma sociedad, es decir, las diferencias entre sectores culturales o entre poblaciones rurales y urbanas.

Así, una vez el término de brecha digital o “digital divide” se establece como el concepto que utilizamos para referirnos a las divergencias entre los privilegiados con acceso a la red y los que no lo tienen, comienzan a surgir voces que nos amplían la concepción del fenómeno y nos explican que la “brecha digital” no es algo tan sencillo como se veía a priori, con la complejidad, sin embargo, que lleva la división entre “excluidos” e “incluidos”.

Fernando Balletero, a su vez, define el término “Brecha Digital” desde dos perspectivas:

En minúsculas: “brecha digital”, para referirse a la diferencia que se produce en un principio entre los que tienen acceso y los que no tienen posibilidad de acceso a la red.

Mientras que el término en mayúsculas: “Brecha Digital”, considera se va consolidando cuando el uso de las nuevas tecnologías es algo ya asumido, sumándose así a la primera concepción del término, de forma que hace referencia a la brecha digital de la pobreza o exclusión social dentro de las sociedades avanzadas.

Según la clasificación que hemos ido conociendo a lo largo de la evolución de las nuevas tecnologías en nuestra sociedad, estos dos términos de los que nos habla Ballesteros

⁸⁶**Informe Mundial de la UNESCO, 2005.** “*Hacia las sociedades del Conocimiento*”. Organización de las naciones Unidas para la educación, la Ciencia y la Cultura.

los podemos aplicar a las diferentes brechas digitales que vamos a desgranar en los siguientes apartados, como: La Primera, Segunda y hasta Tercera Brecha Digital.

- **La Primera Brecha Digital:** Se basa en el acceso a las redes, en la diferencia entre las personas que pueden tener acceso o no a las TICs.
- **La Segunda Brecha Digital:** La de uso, basada en las personas que saben o no utilizar las redes.
- **La Tercera Brecha Digital:** Basada en la calidad de uso de la Red de los diferentes usuarios de Internet, las divergencias existentes a la hora de navegar por Internet entre los mismos usuarios, variedad de usos y habilidades de los individuos para utilizar ordenadores e Internet. (CHO, CM, 2004 en Ballesteros, 2002: 75).

2.3.3 Evolución del concepto

2.3.3.1 La Primera Brecha Digital

El actual escenario Internacional supone un orden social fragmentado por jerarquías sociales cada vez más alejadas entre sí.

Así, las clásicas divisiones sociales, que siempre han estado presentes, entre los países desarrollados y los que no lo son, fundadas en torno a cuestiones económicas o culturales, encuentran un nuevo filón en la utilización e inserción en el mundo digital.

La Sociedad Red hace que las grandes potencias mundiales, con EE.UU a la cabeza, continúen en una posición de superioridad, ahora con la particularidad de que son ellas las que también controlan el flujo informativo mundial, administran la información que circula, los sectores en los que se recibe y los medios por los que se mueve, Internet.

De esta forma, establecen su propio círculo de acción y mantienen al margen a aquellos que no cuentan con las facilidades y capacidades necesarias para entrar al juego del flujo informativo en la red.

Desde sus inicios, Internet y las nuevas tecnologías en general, han sido un símbolo de superioridad que trae implícita la división entre aquellos que tienen acceso a las mismas y aquellos que no, por tanto, llevan a establecer lo que denominamos “primera brecha digital”.

Una primera brecha Digital, definida como la brecha de acceso, es la que primero se instaura en la sociedad y que divide a los grupos sociales entre “excluidos” e “incluidos” o conectados.

La falta de acceso a la Información provoca la incapacidad de tomar decisiones favorables al propio desarrollo, lo que se traduce en la falta de oportunidades y puede causar una invalidez para responder satisfactoriamente a las exigencias que establece la sociedad.

Este panorama se define como la situación de lejanía que sienten los excluidos, que cada vez ven como los núcleos de la sociedad son más reducidos y cerrados. Aquellos que se consideran excluidos están fuera del núcleo de acción o flujo de movimiento de la noticia.

A nivel Internacional, estos sectores de excluidos se sitúan en las zonas más desfavorecidas, los países subdesarrollados y con peores condiciones, con escasos recursos económicos o tecnológicos para acceder a la Información ni mucho menos para producirla, por tanto, se ven relegados a la posición que el resto de países de las élites del sistema les otorgan.

Una situación al margen del sistema, de forma que no entran en el funcionamiento de la Sociedad Red, en el flujo circulatorio de la Información, lo que les transporta a un círculo vicioso en el que, al no tener acceso a la Información y no poder producirla.

No sólo pierden la oportunidad de ofrecer información, sino que se deja además estos países dejan de ser noticia, deja de informarse sobre ellos porque no son noticia, por lo que caen en el abismo de ser olvidados y no poder mejorar sus condiciones.

Por tanto, lo que comienza como una diferencia de recursos entre zonas, termina significando una fuente de diferencias obvias a muchos niveles entre dos mundos.

Estados Unidos como potencia principal en la sociedad Red, en 2002 calculaba unos 181,23 usuarios, seguido de Europa con 171,35 y de Asia Pacífico con 157,49, a partir de aquí, el volumen de usuarios de la red disminuye considerablemente y áreas geográficas como Latinoamérica cuentan con 25.33 y las últimas posiciones son para Oriente medio y África, donde la cifra de usuarios de Internet es de 4.15.

Las voces de alarma sobre la existencia de una brecha Digital no tardan en aparecer y la situación mundial se convierte en tema a tratar en diferentes eventos Internacionales de índole social como La Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información en 2005, que se desarrolla en dos etapas, Ginebra y Túnez y que marca como uno de los objetivos de su plan de acción:

“Construir una Sociedad de la Información centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida, sobre la base de los propósitos y principios de la Carta de las Naciones Unidas y respetando plenamente y defendiendo la Declaración Universal de Derechos Humanos.”⁸⁷

Desde sus inicios, la presencia de la Brecha Digital era más que evidente, pero no es hasta que se vuelve a tratar el tema en diferentes eventos internacionales, cuando su gravedad comienza a ser preocupante a nivel mundial y se empiezan a buscar alternativas para solucionarla y tener una sociedad integrada y cohesionada a nivel informativo.

Así es como se define en uno de los principios del plan de acción de Ginebra de la CMSI, en el que se establece que la idea a seguir es lograr una sociedad de la Información en la que todas las personas tengan un acceso similar a la información y lograrlo mediante un “desarrollo sostenible” haciéndose eco de los derechos humanos.

⁸⁷ **Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información.** UIT; *declaración de Principios para lograr una Sociedad de la Información: un desafío global del Nuevo Milenio.*

Esta primera brecha digital, cada vez se ve más ensombrecida por otros niveles que surgen de las mismas diferencias pero que ahora ya no dependen del acceso, puesto que la gran mayoría de ciudadanos cuentan con acceso a la red.

A medida que el acceso a las nuevas tecnologías se torna más sencillo y más universal, no se puede decir que se supere la primera brecha digital. Si es cierto que existe un mayor número de usuarios conectados, sin embargo, las repercusiones tanto a nivel internacional como nacional o local, son muy diferentes a lo que sería la superación de una brecha digital.

A nivel Internacional, el hecho de aumentar el número de receptores de red, supone una forma de alejar todavía más, si cabe, a aquellos que tienen acceso de los que no lo tienen, puesto que se encuentran en escalones inferiores con ninguna posibilidad de recibir ayudas para acceder a las tecnologías.

Por tanto, efectos como la sobre información, se centran en las élites, dejando de lado algunas partes del planeta y aumentando la aludida brecha.

En lo que respecta al nivel nacional o local, a medida que las nuevas tecnologías se han convertido en un bien general, es decir, hemos visto como han bajado sus precios y muchos sectores han logrado adaptarse a ellas, más usuarios tienen acceso a las mismas.

De forma que, lo que a priori, y de forma superficial podría significar una forma de superar la brecha digital (sobre todo a nivel local), se torna en una obtención masiva de herramientas tecnológicas, que si bien no acaba con la temida fisura, la transforma en un fenómeno mucho más complejo.

En una nueva dimensión de brecha digital que se desarrolla dentro de los que conocemos como conectados y que afecta a todo tipo de sectores. A partir de ahora, la denominada segunda brecha digital o brecha de usos.

A diferencia de lo que se puede creer, la existencia de la brecha digital, a medida que aumenta la presencia y los estudios sobre las nuevas tecnologías, se torna el algo más complejo y más complicado de solventar.

Si en los primeros años de existencia hablábamos de obvias diferencias entre los conectados y no conectados, a medida que aumenta el número de conectados, se

desarrollan nuevos modelos de barrera digital, no se supera la brecha de acceso, sino que se suma una nueva división entre los conectados.

Dentro de una zona de conectados, no todos tienen los mismos recursos, las mismas facilidades y las mismas características sociales, económicas... para hacer un uso similar de las nuevas tecnologías, por tanto, vemos como existen márgenes de utilización de internet completamente distintos.

Algo que nos lleva a plantearnos la idea de que, más allá de la cantidad de ordenadores existentes, no es suficiente con implementar el número de equipos, sino de establecer habilidades y calidad de uso de las mismas.

La barrera digital más difícil de superar no es la del acceso, sino la del uso y las habilidades, más allá de la cantidad de ordenadores, es necesario establecer las habilidades y calidad de uso correctas.

2.3.3.2 Segunda Brecha Digital

Una vez definida la que se conoce como primera brecha digital, referente a las desigualdades existentes entre “incluidos” y “excluidos” o conectados y no conectados, tanto a nivel internacional como local, podemos mencionar las condiciones sociales que hacen que éste término se vaya modificando a lo largo del tiempo.

Así, a medida que existe una mayor facilidad para el acceso a las nuevas tecnologías, se incrementa el número de ciudadanos que utilizan la red, por lo que, a priori, parece que la clásica “brecha digital” mejoraría sus cifras e incluso se reduciría.

Sin embargo, el fenómeno de división social y brecha digital no sólo no se ha solventado, sino que va cambiando de características y sigue existiendo en la sociedad pero adaptado a la misma y a su evolución temporal.

El hecho de que el número de personas conectadas, con acceso a la red, sea mayor, nos lleva a una nueva definición para la aludida brecha, es decir, nos lleva a plantear la existencia de una **segunda brecha digital**.

Fenómeno también denominado brecha digital de **uso**, que se desarrolla en aquella sociedad conectada a la red.

Dentro de los países o sectores que cuentan con la preeminencia de estar *incluidos* en la sociedad digital, no todos gozan del mismo nivel cultural o nivel económico, por tanto, aparecen ciertas parcelas de la sociedad donde los ciudadanos se consideran marginados o excluidos dentro del grupo de los países más desarrollados.

Las razones a las cuales se les atribuyen estas desigualdades pueden ser de diferente índole, sobre todo, de carácter racial, generacional, niveles de pobreza o género.

Así, es como nos encontramos con ciertos grupos sociales que sufren de exclusión social respecto a las “nuevas tecnologías” y sus capacidades de acceso.

Estos sectores de la sociedad mermados ante la red, son denominados por Manuel Castells como los “**agujeros negros del capitalismo informacional**” (Castells, 1999:31), referido a aquellas zonas o regiones de la sociedad en las que el nivel de desarrollo informacional es menor al de otros niveles de la sociedad.

Como bien afirma Castells, respecto a la sociedad Red, la existencia de esta desigualdad de niveles en torno a la información lleva a que se establezca una brecha o división entre aquellos colectivos, sectores de la sociedad, “valiosos” y aquellos que son considerados por su propia sociedad como sectores retrasados, con un valor nulo.

Dentro de una Sociedad Red que ha logrado difundirse a nivel Internacional y que mantiene un orden Internacional característico, estos “agujeros negros de la sociedad” se centran en aquellos países relegados, que si bien, puede que tengan acceso a Internet, no tienen suficientes medios de acceso para su correcta utilización y funcionamiento.

En lo que respecta a un nivel algo más específico, como el nacional o el local, se refiere a aquellas zonas cuyas características vienen dadas por la falta de recursos, como

por ejemplo, pueden ser los enclaves de una sociedad española de desempleo juvenil masivo⁸⁸.

A medida que el acceso a la red se torna en una característica de la cual goza gran parte de la sociedad, unida a posesión de ordenadores, teléfonos móviles y demás herramientas tecnológicas, el concepto de brecha digital cambia irremediamente hacia una nueva dimensión.

Ya no se trata de establecer una diferencia entre aquellos que tienen acceso y aquellos que no, que sigue estando vigente a nivel internacional, sino que además se unen vértices mucho más complejos a las divisiones sociales.

La cuestión, según estudiosos de la materia, deja de centrarse en quién tiene acceso, sino en el tipo de acceso con el que cuentan, es decir, la importancia de Internet ya no se centra en si se puede o no acceder sino en si se sabe acceder y se puede tener un acceso sabio a una información realmente útil.

La Brecha digital pasa a caracterizarse por tener carices sociales y culturales, por tanto, el uso de la red y el contar con recursos adecuados para acceder a la misma, se tornan en las principales temáticas de preocupaciones a solventar en la sociedad Red.

Así, a la hora de analizar una brecha digital de uso, se debe hacer referencia a todo un espectro de factores de orden social vinculados con las competencias de las personas a la hora de producir información, enriquecer su acervo de conocimiento e incorporarlo para potenciar procesos de desarrollo personal y social.

Como bien recogen algunos de los estudios previos sobre la existencia de la Brecha Digital y sus usos, utilizamos como referencia a Gloria Patricia Marciales Vivas⁸⁹, que hace énfasis en definir la brecha digital como un fenómeno vinculado al desarrollo de

⁸⁸La complicada situación económica que desde hace algunos años arrastra la sociedad Española hace que en pleno siglo XXI, año 2014, en España existan ciertos sectores de la sociedad que no cuentan con las características necesarias o las capacidades adecuadas para desarrollar una educación factible. Además de encontrarse en una situación donde obtener un empleo se torna en algo muy complicado, por lo tanto, vemos como la sociedad que va a marcar el futuro de nuestro país se conforma por un cumulo de jóvenes que, ni tienen la capacidad de desarrollar una educación adecuada ni, pueden acceder a puestos de empleo cualificados.

⁸⁹**Informational skills and digital divide: questions and problems arising from an emerging research.**Gloria Patricia Marciales Vivas.

competencias informacionales por parte de los ciudadanos, lo que hace que en la definición de brecha digital aparezcan nuevos conceptos que explican su evolución.

Detalla estas competencias Informacionales como los conocimientos clave con los que todo usuario de la sociedad Red debe contar para poder desarrollar de forma óptima una serie de fórmulas de acceso y de uso de las facultades de la sociedad que le rodea.

Toda una serie de competencias en torno a las características educativas con las que debe contar todo sujeto para poder implementar su formación digital y poder construir relaciones adecuadas con la realidad social que les rodea⁹⁰.

Según Marciales Vivas, el concepto de Competencia Informacional se puede definir como un cúmulo de conocimientos que benefician un uso adecuado de la Sociedad de la Información, como define en el siguiente fragmento:

“El concepto de *competencia informacional*, que subyace a los planteamientos aquí expuestos, es fruto de la re conceptualización hecha por los investigadores (Marciales et ál., 2008), en la cual se hace un desplazamiento de un “saber hacer” y sus variaciones, hacia su conceptualización de la competencia como entramado de relaciones tejidas entre las adhesiones y creencias, las motivaciones y las aptitudes del sujeto epistémico, construidas en las trayectorias de vida en contextos situados de aprendizaje, formales y no formales. Este entramado de relaciones actúa como matriz de referencia de las formas de apropiación de la información que tienen lugar a través de acceder, evaluar y hacer uso de ésta, y expresa los contextos culturales en los cuales fue construida.” (Marciales Vivas, 2012, 10)

Hay muchos sectores de la sociedad que se ven con una serie de deficiencias educativas a la hora de acceder a la Información, en general, en todos los aspectos educativos, pero dentro de un escenario de Sociedad de la Información y Sociedad red las características educativas se centran en un cúmulo de saber hacer en la red y de saber utilizarla con bienes educativos.

⁹⁰Conforme mencionábamos en apartados anteriores, dentro de una Sociedad de a Información dominada por la red y el acceso a Internet, todos aquellos que no pueden acceder a estas nuevas tecnologías, bien por falta de recursos o por falta de educación adecuada, se encuentran al margen. Fuera del sistema, no reciben información, no la producen y no son tenidos en cuenta a la hora de formar parte del flujo informativo, por tanto, pasan a ser “menos” en el Orden establecido por la sociedad.

2.3.3.2.1 Sectores a los que afecta la segunda Brecha Digital

2.3.3.2.1.1 Una Brecha Digital de Género

Muchos de los sectores protagonistas de estas divergencias tienen su origen en disfunciones sociales de carácter económico o racial, sin embargo, vemos como estas brechas también afectan a sectores que aparentemente están con las mejores características.

Hablamos de diferencias generacionales y de sexo, las personas mayores y las mujeres, dos sectores de la sociedad, que si bien, aparentemente no cuentan con deficiencias en educación, la realidad y las estadísticas nos llevan a determinar la existencia de la denominada segunda brecha digital, **brecha de géneros**.

Cecilia Castaño⁹¹, establece su propia visión e investigación sobre la segunda brecha digital, centrada en considerarla como una brecha de géneros. Es cierto que este tipo de fisura existe en diferentes sectores de la sociedad, que como hemos mencionado, cuentan con dificultades para la educación, sin embargo, desde la visión de muchos estudios, esta brecha digital se centra en las mujeres como uno de los sectores más desfavorecidos.

Mediante estudios realizados por el ministerio de Igualdad y demás instituciones, queda patente que las mujeres en pleno siglo XXI todavía, en general, se encuentran en un escalafón inferior respecto a los hombres en lo que respecta al trato y acceso a la red. Como afirma en el siguiente apartado:

“La segunda brecha digital de género puede convertirse en un factor significativo de ulterior marginación, pues las TIC son la llave para participar en el mundo global actual. Si no se consideran desde el principio cuestiones de género, la difusión de las TIC puede generar un retroceso en relación con otros avances del siglo XX”.
(Castaño, 2008: 13)

⁹¹**Cecilia Castaño**. Directora de la obra “Segunda Brecha Digital. Feminismos”. Doctora en Ciencias Políticas (UCM) Catedrática de Economía Aplicada de la UCM, Directora del Programa de Investigación sobre Género y Sociedad de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

Al hablar de una segunda brecha digital centrada en una brecha de géneros, ya no se trata de centrarse en problemas de tener acceso o no, ni en una problemática de habilidades, sino de una problemática consecuente del dominio de la sociedad, de las élites y por tanto, de la comunicación digital por el sector masculino.

Por lo que considera que deben implementarse una serie de medidas para fomentar la educación digital de la mujer con determinadas estrategias como: e-acceso, e-formación, e-comercio, e-banca, info-habilidades o e-habilidades.

Como forma de sustentar la existencia de una brecha digital de géneros, nos centramos en las estadísticas resultantes de estudios acerca de la e-Igualdad⁹². Una de las fuentes de estadísticas acerca de la situación de la mujer en torno al acceso a las nuevas tecnologías son los que nos aporta el sistema de Indicadores de Género y TIC (SIGTIC)⁹³.

A través de estos estudios de investigación se conocen datos sobre la situación en España, en la que se establece que pese a difusión y expansión de uso de las TIC todavía existe cierta diferencia entre la e-inclusión de las mujeres y de los hombres.

Estudios anteriores del Observatorio e-Igualdad señalan que el año 2009, un 35,5% de la población española no había usado nunca Internet, porcentaje que se elevaba hasta 38,7% en el caso de las mujeres (32,4% en el de los hombres).

En definitiva, la brecha digital de género, como vertiente de la segunda brecha, existe en España de forma local y a nivel Internacional a la hora de establecer los accesos y funcionalidades de la Sociedad de la Información.

⁹²**E-Igualdad:** Se define como la igualdad de sexos en cuanto al acceso, manejo, utilización y demás aspectos relacionados con las nuevas tecnologías.

⁹³**SIGTIC** – Sistema de Indicadores de Género y TIC. Índice sintético del grado de igualdad de género en la Sociedad de la Información (e-igualdad) o su reverso, la brecha digital de género (BDG).

2.3.3.2.1.2 Una Brecha Generacional: Los nativos Digitales

La segunda Brecha Digital, también mencionada brecha digital de uso, como hemos ido recalando en capítulos anteriores, se basa en las diferencias que existen entre diversos sectores de la sociedad a la hora de acceder a Internet y a la información digital.

Concretamente, encontramos estas diferencias dentro de los sectores de la sociedad que, si bien, cuentan con acceso a la red, no presentan unas cualidades o características similares para todos sus ciudadanos a la hora de acceder a la red.

Los sectores en los que más se evidencia esta segunda brecha digital son aquellos que se ven marcados por unos mayores niveles de pobreza, diferencias de género o generacionales que les llevan a estar alejados de las facilidades con las que otros cuentan para acceder a la red.

Si bien, anteriormente nos referíamos a la cuestión del género como una de las características principales de esta segunda brecha digital, la cuestión generacional también se torna en uno de los factores fundamentales que define este fenómeno de brecha.

Cada persona, según su edad, pertenece a un grupo social determinado, por tanto, de forma prácticamente innata cuenta o no con una serie de características, cualidades y facilidad para el acceso a Internet.

Como define Angioletti en la revista TELOS (Angioletti, 2010:6), a la hora de establecer categorías en torno al acceso a las nuevas tecnologías e Internet se establecen tres grandes categorías: nativos digitales, inmigrantes digitales y analfabetos digitales.

En primer lugar, los **nativos digitales**, que los define como los nacidos a partir del año 1995 en los países desarrollados que se encuentran ya digitalizados. Dentro de estos nacidos en la era de la digitalización, distingue dos categorías que son; los nativos digitales que utilizan la tecnología pero no se interesan por entenderla sino por utilizarla sin más, por otro lado, los que la utilizan, la conocen y la adaptan para su uso. Estos últimos, afirma Angioletti, serán los *nuevos trabajadores de conocimiento*.

Su característica principal, como uno de los sectores de la sociedad en auge, es su tecnofilia basada en considerar las nuevas tecnologías esenciales a la hora de elaborar y desarrollar todos los ámbitos de su rutina diaria y de su comunicación.

Mientras que el extremo opuesto a estos nativos recae en los que se denominan **Inmigrantes Digitales**, aquellos que se han adaptado a un uso básico de las nuevas tecnologías a medida que éstas han ido implementando espacios de su vida.

Un claro ejemplo de inmigrantes digitales serían las personas de mediana edad, pertenecientes a una generación adulta, donde, por norma general, es más costoso acceder a la red y comprender cómo funcionan las nuevas tecnologías que les rodean.

En lo que respecta al concepto de **analfabetos digitales**, es una nueva denominación que hace referencia a aquellos que ni conocen ni utilizan la tecnología. Sin embargo, señala que se trata de un grupo muy reducido debido a la evidente expansión de las tecnologías y al éxito de algunas labores de alfabetización digital.

A pesar de que estos mecanismos de alfabetización en la era de Internet no son todo lo satisfactorias que deberían para reducir una segunda y tercera brecha digital, en lo que respecta a los analfabetos digitales, es cierto, que funciona, puesto que no es un sector de la sociedad que abunde dentro de los conectados a Internet.

Una vez clasificados los diferentes sectores con sus respectivos niveles de acceso a la red, nos vamos a centrar en los nativos digitales por ser uno de los más peculiares y diferentes a la hora de establecer sus propios mecanismos en el tratamiento de Internet.

Son mencionados por primera vez con la denominación inglesa de “digital natives” lanzada por Marc Prensky⁹⁴, en oposición a aquellos que han llegado más tarde a las Tecnologías de la Información, llamados los “digital immigrants” o inmigrantes digitales, que conforman un alto porcentaje de nuestra sociedad.

⁹⁴**Marc Prensky**. Educador de carácter Internacional que presenta el término digital natives en 2004 en su ensayo “La muerte del mando y del control” donde los identificaba como aquellas personas que han crecido inmersos en la Red y se distinguen de los inmigrantes digitales “digital immigrants” llegado más tarde a las TIC.

Nativos digitales se definen, por tanto, como aquellos que han nacido inmersos en la era digital y son usuarios permanentes de las nuevas tecnologías, lo cual les induce a poseer cierta habilidad innata a la hora de manejar todo tipo de ámbitos de la red.

Si hacemos referencia a estudios previos sobre la existencia de los nativos digitales y sus distinciones con los inmigrantes digitales, nos centramos en un estudio publicado por el centro de Investigaciones de la Universidad Pompeu Fabra⁹⁵ que los clasifica con los siguientes argumentos:

NATIVOS DIGITALES	INMIGRANTES DIGITALES
<ul style="list-style-type: none">- Procesamiento paralelo: multitareas- Procesamiento e interacción rápidos.- Acceso abierto: Hipertexto- Multimodalidad- Conexión en línea con la comunidad- Paquetes breves de información- Aprendizaje con juego y diversión- Auto aprendizaje con tutoriales interactivos	<ul style="list-style-type: none">- Procesamiento secuencial; mono tarea- Procesamiento e interacción lentos- Itinerario único (lineal)- Prioridad de la lengua escrita- Trabajo individual, aislamiento- Textos extensos- Aprendizaje con trabajo serio y pesado- Actualización mediante consulta física (libros, revistas, cursos)

⁹⁵Nativos e inmigrantes digitales en la escuela: Daniel Cassany y Filmar Ayala, Universidad Pompeu Fabra (Barcelona) cuyos estudios nos muestran el siguiente cuadro explicativo de las diferencias entre nativos digitales e inmigrantes digitales.

Según la tipificación anterior, podemos establecer claramente las cualidades de los nativos digitales para hacer frente a la nube de Internet. Una serie de elementos que si bien presentan muchas ventajas, dejan entrever algunas deficiencias como la superficialidad de trato a la información o el aislamiento de la realidad.

Como hemos esbozado en apartados anteriores, el hecho de ser nativos digitales no significa más que una forma de asegurar que se ha nacido en plena época digital, pero esto no asegura que el tratamiento que hacen de Internet sea perfecto, ni siquiera el más correcto.

Si desmenuzamos algunas de las cualidades mencionadas, recaemos en algunas formas de trabajo cuanto menos interesantes como *multitarea*, *procesamientos rápidos* o *paquetes breves de información*.

Todas estas formas de trabajo tienen en común el trabajar más rápido y hacer varias cosas a la vez, algo que, a priori, puede resultar beneficioso pero que deja patente el término de la superficialidad, que provoca alejamiento de la información de calidad, información especializada y de aquellos trabajos informativos que requieren nuestra atención al completo.

En este aspecto es donde, como explicaremos en adelante, aparece una tercera dimensión de lo que venimos llamando Brecha Digital, y nos encontramos con la famosa Tercera Brecha Digital, en la que se distingue entre un acceso a Internet simple, sin formación alguna y un acceso a Internet formado que nos permite encontrar un conocimiento experto.

Las diferencias entre estos dos tipos de acceso residen en unas competencias informacionales y formación previas, de forma que, a pesar de ser nativos digitales, una falta de educación en materia digital puede provocar que trabajen de forma incorrecta e inútil.

Por tanto, un acceso que no les reporte toda la información necesaria por no saber encontrarla, comprenderla y filtrarla de los contenidos basura. Algo que supone un sinnúmero de carencias comunicativas, de conocimiento y de actuación ante la realidad comunicativa.

Tanto en los nativos digitales, como en los denominados inmigrantes digitales hallamos esta serie de características específicas en cuanto a un acceso y trabajo en la red

deficiente, lo que supone consecuencias negativas como el alejarse de la información especializada, la profundidad y la calidad, en definitiva, trabajar desde la superficialidad por no tener conocimientos adecuados para rehusarla.

En este punto es donde se plantea la necesidad de una alfabetización digital óptima y modernizada, adaptada a todo tipo de cuestiones, no solamente las técnicas, que lleven tanto a nativos como inmigrantes a la correcta utilización.

2.3.4 Soluciones planteadas hasta ahora a la Brecha Digital

2.3.4.1 Evolución de la Alfabetización Digital

2.3.4.1.1. Entorno de implementación

Dentro de la Sociedad de la Información en la que vivimos, como hemos ido desgranando en apartados anteriores, suceden fenómenos de Brecha Digital respecto al acceso a la red de los ciudadanos.

En un primer momento y para solventar una Primera Brecha Digital, se implementan una serie de medidas de acción encaminadas a facilitar el acceso a la red de aquellos países, a nivel internacional, y sectores a nivel local, que no tenían cualidades económicas, tecnológicas... para poder formar parte del Orden Internacional.

Sin embargo, a medida que se van solventando estos problemas de acceso, van surgiendo nuevos conflictos dentro de aquellos países y sectores que hasta ahora eran denominados los “conectados” a la Sociedad Red.

Así es como entran en juego las denominadas segunda y tercera Brechas Digitales, para las que las medidas planteadas se tornan insuficientes, ya no son necesarias

únicamente cualidades tecnológicas y económicas para poder acceder a la red, puesto que en gran parte de los sectores el acceso ya es viable.

Ahora los problemas son más de índole interna, es decir entre aquellos que sí tienen acceso a la red y en cuestiones como el uso de la red por parte de diferentes sectores de la sociedad o la calidad que tienen los mismos a la hora de manejar la información que encuentran en la red.

Así, en lo que respecta a soluciones ante estos nuevos modelos de brecha Digital, hacemos referencia al concepto de “alfabetización digital”, al que nos introduce el último informe⁹⁶ de la Fundación Telefónica que nos lo plantea como una formación necesaria para elaborar una “sociedad culta” en niveles tecnológicos.

2.3.4.1.2 Definición del concepto de Alfabetización

A la hora de poder abordar el tema de la alfabetización desde una perspectiva actual y digital. Conforme corresponde a la sociedad Red en la que nos movemos, debemos definir algunos términos útiles para conocer las áreas a las que nos referimos.

Alfabetización digital, inclusión digital y exclusión digital son tres términos que avanzan de la mano por las vías de la Sociedad de Internet y que se enlazan a la hora de explicar las características de unos y otros.

En primer lugar, hacemos referencia a **Travieso y Planella** para poder definir el término de alfabetización digital, ya que responde a la siguiente definición:

⁹⁶ **Fundación Telefónica** *Alfabetización Digital y Competencias Informacionales*. Informe 20.

“Así, alfabetización digital se puede definir como la capacidad para comprender y utilizar las fuentes de información cuando se presentan a través del ordenador”, especificando que la alfabetización digital tiene que ver con el dominio de las ideas, no de las teclas” (Gilster 1997; Gutiérrez Martín 2003 en Travieso y Planella, 2008)”

En definitiva, para ellos, alfabetización digital se entiende como el procedimiento mediante el que se adquieren conocimientos, no únicamente técnicos, para manejar la información que nos ofrece Internet.

Y hacerlo de forma correcta con el fin de favorecer la calidad de vida de todas las personas, cualquiera que sea su condición, sexo, raza, religión, origen...

Hablar de una Alfabetización Digital no se resume en aprender aspectos técnicos de Internet, sino que incluye toda una serie de aspectos a dominar, como bien recoge el informe anual de Telefónica:

“Hablar de alfabetización digital supone un aprendizaje múltiple, global e integrado de las distintas formas y lenguajes de representación y de comunicaciones – textuales, sonoras, icónicas, audiovisuales, hiper textuales, tridimensionales... mediante el uso de las diferentes tecnologías- impresas, digitales o audiovisuales en distintos contextos y situaciones de interacción social.” (Fundación Telefónica; 2012, 20)

Bajo esta definición se establecen tres referentes como son la información, las personas y la sociedad, en los que se difunde la alfabetización más allá de la cuestión técnica. Reflejan también, la tendencia común de reducir una alfabetización digital a una alfabetización informacional, de forma que se confunde la parte con el todo.

Así, en lo que respecta a los avances que se reconocen en cuanto a alfabetización digital para superar las brechas existentes, no es un procedimiento tan sencillo como establecer políticas de integración, que es el mecanismo que llevan a cabo gran parte de los gobiernos actuales, sino que supone evaluar las medidas existentes, su funcionamiento

o no y los cambios que deben realizarse para dar solución a los problemas reales de exclusión.

Una vez establecida la definición de la alfabetización digital, hablamos de términos relacionados como inclusión digital y exclusión digital.

En primero de ellos, la *inclusión digital*, se torna en el objetivo de todos los medios y estrategias que conforman la alfabetización digital, por tanto, significa la forma en la que aquellos que forman parte de la Sociedad Red, no sean meros *muebles* sino que formen parte del flujo informativo.

Todo el trabajo de una alfabetización digital encaminado a propiciar la inclusión digital, se centra en aquellos sectores de la sociedad, que como ya hemos mencionado en apartados anteriores, por circunstancias sociales no tienen las mismas aptitudes o características para hacer frente a la sociedad Red.

Todos estos sectores son los que denominamos con un alto grado de *exclusión digital*, centrada en cuestiones de género, de solvencia económica y generacional entre otros. De forma que suele coincidir la problemática de la exclusión social con la de la exclusión digital.

Actualmente, en una sociedad en la que prima el neoliberalismo económico y el funcionamiento del “darwinismo social”, se tiende a prescindir de aquellos ciudadanos que se considera que no son rentables o que no se les puede sacar rendimiento.

Este tipo de ciudadanos actualmente se centra en aquellos que no conocen el funcionamiento la red, lo que sumidos en una Sociedad Red, les supone ser el centro de acción de dichas tendencias empresariales y económicas⁹⁷ en las que se les excluye.

⁹⁷ Como explicábamos en el primer apartado de esta tesis, al hacer referencia a las características del Orden Internacional en el que nos movemos, dentro de la sociedad Red, tiene primacía todo aquello que vende, todo aquello que es rentable.

Por tanto, todo aquello que no lo es o que se encuentra en peores circunstancias, no interesa a la élite de control. Así es como ocurre con determinadas partes de la sociedad, tanto a nivel internacional como a nivel nacional o más concentrado, si no están dentro del flujo informativo, pasan a ser considerados como aquellos que no producen información, por falta de cualidades pero que tampoco reciben la información que se está manejando. Estos son los protagonistas del efecto de lo que llamamos la *exclusión digital*, que avanza por el mismo camino que la exclusión social.

En este contexto es donde enmarcamos el Orden Internacional en el es imprescindible que implementar una alfabetización digital óptima y solvente, o al menos, que intente enderezar todas estas características de la Sociedad Red.

Que logre terminar con la exclusión social existente y que haga que la sociedad esté formada y educada en torno a las herramientas TIC, para así poder formar parte del flujo de conocimiento y de información.

Que Internet se ha convertido en el motor de nuestra realidad es algo indiscutible, por tanto, toda su envergadura conlleva una serie de cambios positivos pero también negativos en múltiples aspectos.

Así, podemos hacer referencia a las declaraciones públicas de expertos en la comunicación, como es el caso de Umberto Eco⁹⁸, que expresa a lo largo de su trayectoria y de su participación en diferentes medios de comunicación su visión determinante sobre las nuevas tecnologías e Internet. Como es el caso de su entrevista en el diario “El País” donde afirma lo siguiente:

“Internet es la vuelta de Gutenberg. Si McLuhan estuviera vivo tendría que cambiar sus teorías. Con Internet es una civilización alfabética. Escribirán mal, leerán deprisa, pero si no saben el abecedario se quedan fuera. Los padres de hoy veían la televisión, no leían, pero sus hijos tienen que leer en Internet, y rápidamente. Es un fenómeno nuevo”⁹⁹

En la mencionada entrevista, así como en otras múltiples participaciones públicas de Eco, podemos vislumbrar perfectamente su opinión acerca de la evolución de la educación y concretamente de una alfabetización que, asegura, sufre un cambio radical desde la expansión e implantación de las nuevas tecnologías.

⁹⁸**Umberto Eco.** Escritor y Filósofo Italiano. Doctor en Filosofía y distinguido crítico literario, semiólogo y comunicólogo. Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades en 2000. Autor de múltiples obras acerca de la comunicación y la semiótica.

⁹⁹**El País.** “*Dialogo Politeísta*” Reportaje: Umberto Eco - Javier Marías.

Con lo cual debe presentar una serie de modificaciones y adaptaciones acorde a los nuevos mecanismos y nuevas herramientas de trabajo, para que sea útil y haga de los nuevos “digitales” personas con unas competencias informacionales adecuadas en la red.

2.3.4.1.3 Políticas de Actuación

Una vez estructurado el tema de la alfabetización digital desde la perspectiva más teórica, es necesario analizarlo desde la parte práctica, la realidad que nos rodea, para poder conocer sus mecanismos reales y aquellos que debería tener para solventar los niveles de exclusión digital.

Las técnicas de trabajo de un proceso de alfabetización digital no se centran únicamente en la cuestión tecnológica, sino que deben incluir todo un cúmulo de aspectos sociales y de conocimiento con el fin de alcanzar la anhelada sociedad integradora, participativa y democrática.

Si nos remontamos a los primeros avances de la mencionada alfabetización, encontramos que inmersos en una primera brecha digital, el problema se reducía al número de conectados a la red, por tanto, las medidas se centraban en implementar este número de conexiones, de forma que, el “*escaso volumen de conectados a la red*” se solventaba simplemente con su ampliación.

Sin embargo, como bien hemos avanzado a lo largo de este capítulo, todas estas medidas dejan de ser efectivas en el instante en que se limitan a una implementación técnica de la conexión y dejan a un lado todo tipo de cuestiones de conocimiento y de educación digital.

Cuestiones necesarias para poder alcanzar conocimientos que nos permitan, por un lado, saber transformar la información que aparece en la nube de Internet en un conocimiento útil y adecuado y también saber expresarse y comunicarse con otros usuarios de la red.

Ante la patente existencia de una segunda y una tercera brechas digitales, todas las medidas que eran factibles hasta este momento por parte de los gobiernos y de los organismos encargados, sencillamente, dejan de tener validez alguna.

Este es el punto en que nos vemos ante la necesidad de analizar la existencia de planteamientos de la alfabetización digital, no solo existentes en la sociedad, sino que realmente funcionen para avanzar en sus objetivos principales.

En lo que respecta a las medidas de alfabetización digital ya establecidas, referente al ámbito de la Unión Europea ha ido estableciendo en sus diferentes planes de acción algunas medidas para solucionar unos problemas de exclusión que tenía patentes pero que nunca ha terminado de solucionar.

Resulta incuestionable que Europa siempre se ha considerado el segundo de abordó en el funcionamiento del Orden Internacional, donde Estados Unidos siempre ha sido la élite de negociaciones y de flujo de información.

Una vez dentro de la Sociedad Red y con el fin de aproximarse a la élite del sistema, establecen planes estratégicos de acción para mejorar su situación, ese es el caso del consejo de Lisboa de 2000, donde se firmaba como objetivo estratégico de UE para 2010 convertirse en la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de un crecimiento económico sostenible con más y mejores empleos y mayor cohesión social. (Ballesteró; 2002; 14)

Los objetivos que se planteaban dentro del plan de acción **eEurope** se centraban en establecer la transición hacia una economía y una sociedad del conocimiento óptimas, para lo que debían modernizar sus modelos sociales a la vez que trabajar para potenciar la inserción en las tecnologías digitales¹⁰⁰.

Sin embargo, los análisis de funcionalidad posteriores respecto a este plan de acción establecen que la sociedad del conocimiento que se buscaba todavía sigue delimitando fronteras y desigualdades, por lo que se aprecia una clara división entre norte - sur dentro de la misma Unión Europea.

¹⁰⁰ En el **apartado 2.3.4.1.3** de esta tesis hacemos referencia a las diferentes políticas de comunicación e Información que se han desarrollado tanto en Europa como a nivel Internacional. Página 155.

Tal como aparece reflejado en las conclusiones del mismo informe:

“las personas desfavorecidas socialmente siguen estando rezagadas en cuanto a la información informativa y el acceso a los ordenadores. Fomentar la integración sigue siendo una prioridad de la acción eEurope.” (Comisión de las Comunidades Europeas; 2002)

Por tanto, en lo que respecta a la evolución de la alfabetización digital en el entorno Europeo, podemos concluir que, si bien, efectivamente, se conocen los parámetros a seguir para solventar unas desigualdades patentes, a la hora de ponerlas en marcha los resultados no son todo lo positivos que deberían.

Todavía siguen existiendo sectores de la sociedad que, a pesar de estar dentro de la nube digital, actualmente lo complicado es estar fuera, no tienen las cualidades ni las ayudas necesarias para poder actuar de forma correcta ante la información y el conocimiento digital.

El reto clave consiste en pasar de una agenda centrada en solucionar la exclusión social a otra que garantice la inclusión social e integre en el centro mismo de toda política.

Aspecto en el que, la Unión Europea todavía está trabajando pero sin alcanzar todo el éxito que se espera en torno a la inclusión social de diversos sectores en la realidad digital.

En lo que respecta a los progresos de la alfabetización digital a nivel internacional, hacemos referencia a algunas iniciativas que desde hace años se llevan implementado desde la Organización de Naciones Unidas.

Así, podemos destacar el conocimiento de esta problemática y el trabajo por solventarla, que a día de hoy, todavía no han funcionado a la perfección, ya que continuamos hablando de distinciones en el acceso y uso de la red.

Situamos el año 2000 como punto de partida de los programas de acción en torno a la sociedad Digital. Así, destacamos iniciativas como la del secretario general de la ONU, Kofi Annan.

Annan pone en marcha un programa de voluntarios, para lanzar un proyecto llamado “Zanjando la brecha Digital”, iniciativa que en el entorno de la Declaración del Milenio, pretendía trabajar en pro de zanzar la brecha digital entre los países en desarrollo y los países desarrollados.

Así, realizan Unites¹⁰¹ programa de voluntarios que comenzó a funcionar en agosto del año 2000 a nivel internacional en el Estado de Orissa, en la India. A partir de ese momento, se empezaron a planificar actuaciones en zonas como Bután, Botswana, Chile, Ecuador, Jordania o Sudáfrica.

Echando un vistazo a nuestro alrededor más inmediato, no hay que ser muy avisado para entender que dentro de las capas sociales que componen cada país, también se encuentran agudizadas las brechas de una globalización económica, social, cultural y tecnológica.

A partir de aquí se implementan diferentes programas¹⁰² para intentar establecer una Sociedad del conocimiento con las mejores características tanto a nivel Internacional como a nivel Europeo, sin embargo, no con la efectividad esperada.

Por tanto, en definitiva, la actividad en torno a la alfabetización digital si se está implementando, lo que haría falta saber es si realmente se hace con toda la intención de solventar los problemas existentes o si se toman en cuenta los caminos adecuados.

Ya que en realidad a día de hoy vemos como a pesar de las diferentes políticas de actuación, siguen existiendo brechas digitales a nivel internacional, nacional y local, lo cual nos lleva a prever que la alfabetización digital realizada no es la más adecuada.

¹⁰¹ **UNITES.** *United Nations Information Technology Service.* una iniciativa global de voluntarios para ayudar a cerrar la brecha digital. Une a los apoyos voluntarios que aplican tecnologías de la información y las comunicaciones para el desarrollo y promueve el voluntariado como un elemento fundamental de las iniciativas con éxito. [<http://www.unites.org/>]

¹⁰² Los diferentes programas de acción elaborados para solventar la Brecha Digital y establecer una Sociedad del Conocimiento óptima se desarrollan en las Diferentes Cumbres Mundiales. Todas ellas recogidas en el primer capítulo de esta investigación. “*Definición e Implantación del Fenómeno de la Sociedad de la Información*”.

2.3.5 La Tercera Brecha Digital. Brecha de calidad de Uso

“Internet no selecciona la información. (...) Internet todavía es un mundo salvaje y peligroso. Todo surge ahí sin jerarquía. La inmensa cantidad de cosas que circulan por la Red es mucho peor que la falta de información. El exceso de información provoca la amnesia. Demasiada información hace mal. Cuando no recordamos lo que aprendemos, acabamos pareciéndonos a los animales. Conocer es cortar y seleccionar.” (Eco, XL Semanal, 2012)¹⁰³

Con estas declaraciones del maestro de la comunicación Umberto Eco, damos punto de partida a este apartado en el que abordamos una tercera dimensión de la reiterada brecha Digital.

Nos referimos a la denominada “Tercera Brecha Digital” o Brecha del Conocimiento, como hemos podido vislumbrar a lo largo de esta investigación, la brecha digital es un elemento inherente de la Sociedad Red.

A medida que las nuevas tecnologías se imponen, la brecha digital evoluciona hasta llegar a un momento actual, en el que todos o prácticamente todos podemos decir que estamos conectados, pero no con las mismas condiciones ya que no todos los sectores de una sociedad se conectan de la misma forma o saben cómo hacerlo y cómo sacarle rendimiento al contenido que hallan en la red.

Aquí es donde hacemos referencia a las declaraciones en las que Eco explica a la perfección el entorno en el que se recoge la tercera brecha digital con las dificultades e impedimentos que conlleva Internet y la falta de educación óptima al respecto.

“*El mundo salvaje y peligroso*” que es Internet para Eco tiene semejante *sobreinformación* que hace que nos centremos en los primeros resultados que encontramos sin si quiera conocer la calidad o utilidad de los mismos.

Un problema de acceso y de trabajo en la red que nos lleva a alejarnos cada vez más de la información de calidad y a ceñirnos a la superficialidad de datos que nos invaden en las primeras posiciones de la red.

¹⁰³ **Entrevista a Umberto Eco** en XL Semanal. Revista online. Luis Antonio Girón

Así, podemos recurrir a expertos de la materia para definir la mencionada “Tercera Brecha Digital” como Javier Fernández del Moral que la define con la siguiente afirmación que publica en la revista TELOS:

“La tercera brecha está relacionada con la diferencia entre el conocimiento experto y el denominado conocimiento social, es decir, entre las aportaciones que existen en la red de especialistas y toda la información de escaso valor que circula por Internet, impulsada últimamente por las redes sociales.” (Fernández del Moral; 2012)

Según Fernández del Moral, catedrático de la UCM, esta tercera brecha Digital se caracteriza por establecer distinciones entre el conocimiento experto y el conocimiento social, es decir, entre la información que aparece en la red por parte de especialistas y toda la información de escaso valor que circula por Internet y que, además, es la que es impulsada por las redes sociales para su difusión y consumo.

Así, considera que esta brecha en torno a la sociedad Red, significa una huida del navegante del conocimiento especializado. Un alejamiento del ciudadano de la información especializada por quedarse con la información que encuentra más fácilmente, aunque no sea más que superficial y de poca calidad.

Esta tercera Brecha Digital, conforme a sus características, también puede definirse bajo otros adjetivos que se ajustan más a sus características reales, como es el caso de llamarla: brecha informacional y brecha cognitiva.

En lo que respecta al término de *brecha informacional* se utiliza para hacer referencia a las desigualdades existentes en la sociedad a la hora de hacer un uso eficiente de la información que encontramos en la red.

En general, la falta de educación digital o, lo que es lo mismo, de las competencias informacionales necesarias, tanto para las generaciones que deben adaptarse a Internet como para los nativos digitales, hace que si bien sí accedan a la red sin problemas, puesto que manejan la informática, no sean capaces de evaluar la calidad o la utilidad de todo lo que allí encuentran.

El segundo de los términos con los que se hace referencia al mismo fenómeno de brecha es el de *brecha cognitiva*, que avanza en el mismo camino que la informacional, sin embargo se ve ampliado, de forma que, en este caso hace referencia al dominio experto por parte del usuario de la hipertextualidad, multimedialidad e interactividad de los documentos electrónicos.

A nivel internacional, estos términos para referirse a una nueva dimensión de divergencias en el acceso a la red, ya eran definidas por la Unesco en sus diferentes informes sobre la situación de la Sociedad de la Información.

Concretamente en su informe “Hacia las Sociedades del Conocimiento” en el que recoge las diferencias que existen en cuanto a Sociedad de la Información entre los países del norte y los países del Sur habla de esta tercera Brecha digital refiriéndose a ella con la siguiente expresión:

“Esa línea de fractura esencial que separa a los marginados de las sociedades del conocimiento de las personas que tienen acceso a éste y participan en su aprovechamiento compartido” (UNESCO; 2005, 20)

Haciendo referencia a un nivel internacional y nacional y acentuando la existencia de desigualdades entre países del Norte y del Sur principalmente, pero también entre zonas del Norte - norte y Sur – sur¹⁰⁴.

A medida que utilizamos la red, si no se establece una alfabetización digital que aporte competencias informacionales correctas, vemos como cada vez aumentara esta brecha digital entre usuarios y mensajes complejos.¹⁰⁵

Bajo este entorno es donde adquiere gran importancia una alfabetización digital encaminada no sólo a solventar medidas como las cuestiones técnicas sino a aquellas que permiten alcanzar la información de calidad.

¹⁰⁴ Al hablar de diferencias entre Norte - norte y Sur - sur, hacemos referencia al fenómeno que venimos delimitando a lo largo de la investigación. La existencia de desigualdades dentro de las diferentes zonas, tanto desarrolladas, que serían el Norte o dentro de las más subdesarrolladas o desfavorecidas que serían el sur.

¹⁰⁵ **Pablo Rodríguez Canfranc.** *Tercera Brecha Digital ¿Es conocimiento todo lo que reluce en Internet?* Fundación Telefónica. Think Big. Noviembre de 2012

El objetivo base es aprender a discernir la información y contenidos valiosos de aquellos son superficiales y sin sentido, la llamada; “*basura de la inexactitud y de la mentira*”.

La idea es evitar que la tercera Brecha Digital acabe por alejarnos del todo de la Sociedad del Conocimiento y enclave a la sociedad en una nube de información controlada, manipulada y superficial que no saben ni evaluar ni diferenciar de los contenidos especializados y de calidad.

En otras palabras, se trata de alcanzar una **cultura digital** que nos enseñe cómo explotar de forma óptima y correcta la información de Internet.

A la hora de hacer referencia a una tercera brecha digital, como aquella que nos aleja del conocimiento experto para sumirnos en una sobreinformación banal y superficial, podemos recurrir a las opiniones de multitud de expertos en la materia.

Especialistas que son conscientes de las características de Internet y dejan patente su visión sobre cómo la red nos afecta cada vez más a la hora de ver la realidad y comprenderla de la mano de la información que nos ofrecen.

Como recogemos al inicio de este apartado, Eco como uno de los maestros de la comunicación, deja patente en sus diferentes intervenciones y publicaciones que Internet para él es un mundo en el que la abundancia de información debe tratarse con suma delicadeza y con suma educación digital.

Con el fin de evitar las consecuencias negativas a nivel social que conlleva el estar sumergidos en un mundo que nos domina y del que recibimos y nos conformamos con lo primero que vemos.

Pero su voz no es la única de todos los expertos en comunicación que nos vislumbran una imagen bastante clara de las deficiencias de la Sociedad Red y de Internet como responsable del alejamiento entre el ciudadano y el conocimiento.

En este punto hacemos mención a Nicholas Carr¹⁰⁶ estudioso de la materia de la comunicación y las nuevas tecnologías que nos deja su visión sobre la materia muy clara en obras como “*Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?*” con afirmaciones como la siguiente:

“A medida que “externalizamos” la resolución de problemas y otras tareas cognitivas a nuestros ordenadores, vamos reduciendo la capacidad de nuestro cerebro “para construir estructuras estables de conocimientos” –esquemas, en otras palabras- que luego puedan aplicarse a nuevas situaciones”. (Carr; 2011; 257)

Con afirmaciones como la destacada anteriormente, hacemos referencia a la opinión y reflexión que Carr hace no únicamente de Internet, sino de todas las mecánicas que nos ayudan a mejorar nuestra vida diaria pero que conllevan también una serie de características perjudiciales para el desarrollo de nuestro conocimiento.

Sin embargo, en este caso, el contexto que nos incumbe es el relacionado con las nuevas tecnologías y su consiguiente existencia de una tercera Brecha Digital. En este sentido, Carr nos aproxima a la visión que venimos exponiendo con voces como la de Eco o Fernández del Moral.

La facilidad de acceso a la red y a toda la información que en ella encontramos hace que, por norma general, el ser humano se centre en lo más fácil, quedarse con la primera información que encuentra, sin averiguar si se trata de información especializada, de calidad o tan solo útil.

En cierto modo, nos obliga a quedarnos en lo primero que encontramos y, por tanto, sumirnos en la superficialidad y en los contenidos que los buscadores de internet escogen para ofrecer en los primeros resultados, que suelen ser fruto de intereses económicos o publicitarios.

¹⁰⁶ **Nicholas George Carr** es un escritor estadounidense que ha publicado libros y artículos sobre tecnología, negocios y cultura. Autor de grandes obras de referencia sobre el impacto de las nuevas tecnologías en la Sociedad.

Así, siguiendo las consideraciones de Carr, podemos afirmar que la Red desdibuja el camino de nuestro conocimiento, de forma que, nuestra capacidad de selección de información o de profundidad de nuestros pensamientos queda alterada por los intereses de la Red.

En definitiva, una nueva forma de afirmar la existencia de una Tercera Brecha Digital que termina alejando a la sociedad de un conocimiento experto para sumirla en la facilidad y rapidez de la superficialidad, falta de calidad y de especialización de la *sobreinformación*.

2.3.6 La Brecha Digital en España

Una vez analizado y delimitado el entorno de existencia de la Sociedad Red y de su consiguiente Brecha Digital a nivel internacional y a nivel Europeo, para poder avanzar en nuestra investigación y estructurar un entorno de análisis mucho más concreto, nos centramos en España.

Es considerado como uno de los países perteneciente al grupo de los desarrollados, de los conectados a la red, por tanto, que gozan con el beneplácito de poder participar en el flujo informativo.

Las cifras entorno a estas afirmaciones las ratifican, de forma que, es cierto que España se sitúa en una buena posición respecto a su conexión a Internet, sin dejar de lado su pertenencia a la unión Europea, el eterno segundo escalón en el ámbito internacional, por detrás de la élite norteamericana de Estados Unidos.

Las cifras de estudios realizados al respecto como el último Informe de Telefónica sobre la Sociedad Red, nos empujan a confirmar que nos encontramos en un país que cada vez se conecta más a Internet.

Las cifras hablan por sí solas:

- Un 24.8 millones de usuarios conectados, 700.000 más que en 2012.¹⁰⁷
- Los jóvenes es el sector con más impacto dentro de estas cifras, concretamente, los jóvenes de entre 16 y 24 años, cuentan con un 97.4% de población conectada.
- Un 69.8% de los hogares españoles está en 2013 conectado a la Red.

Así, como clara conclusión a todas las estadísticas que Telefónica refleja, podemos confirmar que en España, durante el año 2013, la Sociedad Red se implementa con un éxito abrumador, traducido en usuarios conectados y que funciona perfectamente en términos de adeptos dentro de la Sociedad.

La siguiente tabla no es más que otro de los fieles reflejos que Telefónica establece sobre la influencia, en cuestiones numéricas, que tiene Internet a nivel mundial, es decir, de usuarios conectados en las diferentes partes del mundo, donde podemos comprobar que España se encuentra dentro de Europa, con una buena posición tras algunos de los pesos pesados del Orden Internacional.

¹⁰⁷ Datos del último estudio de la Fundación Telefónica sobre la “*Sociedad Red en España en 2013*”.

Tabla 1.1 Estadísticas mundiales de Internet y de la población

Regiones	Población (2011 Est.)	Usuarios Dic. 31, 2000	Usuarios Marzo 31, 2011	% población (penetración)	Crecimiento (2000-11)	% Uso mundial
África	1.037.524.058	4.514.400	118.609.620	11,4	2.527,4%	5,7
Asia	3.879.740.877	114.304.000	922.329.554	23,8	706,9%	44,0
Europa	816.426.346	105.096.093	476.213.935	58,3	353,1%	22,7
Oriente Medio	216.258.843	3.284.800	68.553.666	31,7	1.987,0%	3,3
Norteamérica	347.394.870	108.096.800	272.066.000	78,3	151,7%	13,0
Latinoamérica/ Caribe	597.283.165	18.068.919	215.939.400	36,2	1.037,4%	10,3
Oceanía/ Australia	35.426.995	7.620.480	21.293.830	60,1	179,4%	1,0
Total mundial	6.930.055.154	360.985.492	2.095.006.005	30,2	480,4%	100,0

Fuente: Éxito Exportador, Estadísticas mundiales de Internet, en www.exitoexportador.com/stats.htm

Sin embargo, dentro de todas estas elevadas cifras, no se puede negar que la parte negativa de la Sociedad Red también está presente. Es decir, dentro de estos porcentajes, existen factores como la existencia de diferentes brechas digitales que afectan a la Sociedad Española.

Sobre todo, podemos confirmar que existe una grave tendencia en aumento de la Sociedad conectada a vivir inmersos en una tercera brecha digital¹⁰⁸, de forma que, dentro del elevado número de conectados, no todos saben utilizar Internet, no cuentan con una cultura digital idónea y mucho menos con los mecanismos de alfabetización digital para desarrollar su conocimiento desde la red de redes.

En España, a la hora de hablar de problemas como la exclusión social, todas las estadísticas apuntan a un alto número de inmigración que hace que se produzcan divergencias entre las diferentes etnias, que van poblando la península procedentes de distintos lugares.

¹⁰⁸ La Sociedad Red, en lo que respecta a su desarrollo en España, tiene factores negativos, como es la existencia de diferentes brechas digitales. En lo que respecta a la Primera Brecha Digital que divide entre “conectados” y “no conectados”, lo cierto es que se puede decir que se ha conseguido solventar ampliando el número de dispositivos. Sin embargo en lo que respecta a la existencia de una “segunda brecha digital” y “tercera brecha digital” a pesar de trabajar en ello, todavía se observan muchas deficiencias de cultura digital.

Por tanto, se evidencia la presencia de una segunda brecha digital que afecta a los diferentes grupos sociales de España, según su cultura, niveles económicos o educación general.

No son pocos los estudios y los expertos en materia de Internet que aseguran que, desde la inclusión de España en la Sociedad Red, siempre se ha mantenido algunos eslabones por debajo de la élite de la Sociedad en lo que respecta al manejo de las nuevas tecnologías.

Así, prácticamente desde sus inicios, era evidente la importancia de implementar una serie de medidas de Alfabetización Digital que, al menos, situasen a nuestra sociedad al nivel de conocimiento tecnológico idóneo.

Por tanto, ante la necesidad de mejorar las condiciones de la conexión existente en España, se ponen en marcha medidas de acción desde el gobierno de España como desde otros organismos como Fundación Telefónica en pro de implementar y mejorar la existencia de la Sociedad Digital en España y el funcionamiento y manejo de la misma por parte de toda la sociedad.

Desde la implementación de la Sociedad Red en Europa, en España eran conscientes de la necesidad de implementar urgentemente un desarrollo de las nuevas tecnologías y de las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) que hiciesen que ser parte del Orden Internacional funcionase correctamente.

El Gobierno español siempre ha sido consciente de que las TIC mejoraban la productividad económica y la calidad de vida, puesto que ayudan a la democratización efectiva y a la toma más fundamentada de decisiones políticas, sin embargo, a la hora de la verdad, España ha invertido menos que algunos países en desarrollo.

Como bien recoge uno de los últimos informes de Telefónica de referencia sobre las claves de la alfabetización digital a efectuar, señala que este país:

“necesita acelerar su plena incorporación a la sociedad de la información y extender de manera generalizada el recurso a las TIC.” (Fundación Telefónica; 2012; 35)

En definitiva, se deja patente la idea de tratar como una prioridad social el hecho de invertir gran parte de los recursos económicos del país en conocimiento, es decir, en procesos de alfabetización tecnológica y digital.

El aumento de ciudadanos conectados a la red, que a priori, se ve como un dato positivo, simplemente supondría una superación de lo que hemos considerado *primera brecha digital*, pero no una solución a las nuevas dimensiones de brecha digital que recordemos existen también en una sociedad conectada; una segunda y tercera Brechas Digitales.

Así, a pesar de la positividad de los datos en torno a la conectividad de nuestro país, hay que contrarrestar las cifras aportadas, con las de otros estudios que nos confirman la existencia de este tipo de brechas y la necesidad de trabajar para solventarlas.

Con motivo de la celebración del día Mundial de las Telecomunicaciones¹⁰⁹, Según artículos analizados del portal Red.es¹¹⁰, en conmemoración a un día tan señalado para las nuevas tecnologías, se celebran las jornadas “Banda ancha para el desarrollo sostenible”, temática sobre la que gira la actual edición.

Acto que destacamos puesto que todos los discursos al respecto difunden la voz de expertos en la materia recordando la importancia de la conectividad para la sociedad actual.

Por tanto, aseguran se debe trabajar para garantizar un acceso universal a la conexión de banda ancha que lleve a terminar con la brecha digital que, asumen, está presente en nuestro país.

Así, se hace referencia a uno de los planes actuales con más importancia en España, elaborado en pro de solucionar la Brecha Digital gracias a una serie de estrategias enmarcadas en educación digital.

¹⁰⁹ **El día Mundial de las telecomunicaciones (DMTSI)**, día 17 de Mayo, cuando se conmemora el aniversario de la firma del primer Convenio Telegráfico Internacional y la creación de la Unión Internacional de Telecomunicaciones. Se celebra con objeto de contribuir a la sensibilización respecto de las posibilidades que el uso de Internet y otras tecnologías de la información y la comunicación (TIC) puede ofrecer a las sociedades y las economías, así como vías para colmar la brecha digital.

¹¹⁰ “Las telecomunicaciones corrigen los errores de la Sociedad de la Información”. Portal Red.es.

El plan **Avanza** supone, desde su aprobación en 2005, una apuesta real hacia el desarrollo de la sociedad de la Información y del Conocimiento.

Desde el punto de vista presupuestario, Avanza ha supuesto la dedicación de más de 5.000 millones de euros entre 2005 y 2008 por parte del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información.

Hasta ahora los resultados muestran que las medidas realizadas desde el 2005 han sido, en efecto, la mejor manera de llevarlo a cabo.

Todas las áreas en las que trabaja el Plan Avanza, visto su correcto funcionamiento, son reforzadas a partir del año 2009 para superar las metas globales en 2010.

Así, se pone en marcha el **Plan Avanza2**, cuyos objetivos se centran en potenciar el uso intensivo y generalizado de las TIC, como una forma de asegurar la recuperación económica del país.

Para poder conseguir que la Sociedad del Conocimiento actual se desarrolle de la forma adecuada y alcanzar los objetivos mencionados, es necesario que se distribuya de forma uniforme y correcta a lo largo de nuestras fronteras.

Esto no se consigue ampliando el número de dispositivos conectados, sino con todo un engranaje de mecanismos educativos adecuados, en definitiva, una cultura digital hacia la que trabaja el Plan Avanza.

Para ello, este Plan establece líneas de acción en las que trabajar para hacer que España avance hacia la mejor utilización de las nuevas tecnologías, como son: lograr una administración digital, confianza en las Infraestructuras, Uso y confianza en Internet y como parte fundamental, el impulso de la Industria TIC española.

Un trabajo en pro de la cultura digital en España que se enmarca dentro de las normativas Europeas al respecto, en concreto, la “**Agenda Digital Europea**”¹¹¹, aprobada por la comisión Europea para promover el desarrollo de la Sociedad de la Información y

¹¹¹ **Agenda Digital Europea.** Puesta en marcha por la Comisión Europea con el objetivo de desarrollar un mercado único digital para dirigir a Europa hacia un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.

las TIC como fórmula de reactivación económica y creación de puestos de trabajo en la Unión Europea.

Tomando como referencia el Plan Avanza elaborado en España desde 2005, así como las labores de la Unión Europea que se plantean en pro de unos mismos objetivos, mejorar el funcionamiento de las nuevas tecnologías de Información y Comunicación, podemos delimitar una serie de iniciativas generales y globales.

La **estrategia 2011 – 2015**¹¹² del mencionado Plan Avanza 2, se centra en trabajar en los siguientes puntos esenciales de la Sociedad Digital como son:

- Extender las TIC en la sanidad y el bienestar social
- Potenciar la aplicación de las TIC al sistema educativo y formativo
- Mejorar la capacidad y la extensión de las redes de telecomunicaciones

- Extender la cultura de la seguridad entre la ciudadanía y las empresas

- Incrementar el uso avanzado de servicios digitales por la ciudadanía
- (...)

Dentro de todos estos principios de actuación, podemos destacar claramente la predilección de utilizar las TIC como una herramienta de beneficio para el desarrollo del país y avanzar hacia las gestiones completamente digitales, por ello, tener una alfabetización digital óptima y dirigida a todos los ciudadanos.

Sin embargo, todas las labores de implementación de una Sociedad conocimiento óptimo y funcional son necesarias para poder seguir en la línea de trabajo que se plantean en el Plan Avanza desde sus diferentes niveles, comenzado en 2005.

¹¹² **Plan Avanza.** Plan elaborado por el gobierno de España para mejorar el desarrollo de la Sociedad de la Información.

De forma paralela al mencionado plan de Acción en España, hablamos de una de las estrategias de la Sociedad de la Información en España conocida como la “**Agenda Digital en España**”¹¹³.

Aprobada en 2013 por el Consejo de Ministros como la estrategia del Gobierno para desarrollar la economía y la sociedad digital en España durante el periodo 2013 – 2015.

Su estrategia de trabajo se entiende como el *paraguas* que recoge todas las acciones del Gobierno en materia de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información y se preocupa principalmente en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y de Administración Electrónica para el cumplimiento de los objetivos de la Agenda Digital para Europa en las convocatorias de 2015 y de 2020.

Entre las líneas de acción que se recogen en esta Agenda Digital, podemos decir, que avanzan en un camino similar a las diferentes ediciones del Plan Avanza, puesto que ambos planes de actuación se enmarcan en una estrategia europea para alcanzar una sociedad de la Información óptima con las nuevas tecnologías.

Algunos de los objetivos destacados de la Agenda Digital en España se resumen en los siguientes:

- Garantizar la conectividad digital y conseguir los beneficios derivado de ello
- Desarrollar la economía digital para el crecimiento, competitividad y la internacionalización de las empresas españolas mediante el uso de las TIC.
- Mejorar la e-Administración
- Impulsar el sistema de I+D+I en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
- (...)

¹¹³ **Agenda Digital de España.** Programa elaborado por el gobierno de España siguiendo las directrices europeas para el desarrollo de la Sociedad de la Información y cultura digital.

Gracias a estudios y análisis anuales llevados a cabo por el ONTSI, Observatorio Nacional de las telecomunicaciones y de la SI, desde que se puso en marcha la agenda digital para España, se va comprobando si realmente todos los puntos finales que se pretenden conseguir mejoran desde que se trabaja en pro de la Sociedad de la Información.

Así, según el último estudio publicado por este observatorio (ONTSI, 2014:15), podemos establecer si todos estos puntos de trabajo desarrollados para mejorar la alfabetización digital de España han logrado resultados favorables para la sociedad, o sin embargo, deben volver a replantearse.

Según los informes y las estadísticas procedentes de sus resultados, podemos establecer un reflejo bastante claro de la actualidad de España en torno a *inclusión digital*.

Los porcentajes porcentuales de personas que han utilizado Internet de forma regular en España, se cifran en un 66%, mientras que en la Unión Europea, las cifras alcanzan valores más altos de un 72%.

En lo que respecta a las personas pertenecientes a colectivos desfavorecidos que utilizan Internet de forma regular, España se cifra con un 52%, mientras que Europa circula en porcentajes muy similares, un 57%.

Ante la presencia de estos porcentajes que señalan que España, en pleno 2013, todavía tiene está en un proceso de trabajo constante para hacer que la limitada inclusión digital, poco más de un 50%, evolucione y alcance los objetivos establecidos para 2015, un 75% de inclusión digital.

Por tanto, el trabajo en alfabetización digital debe seguir por el camino de la Agenda Digital en España y el Plan Avanza como medidas elaboradas por el Gobierno de España con el fin de poder entrar en la Sociedad Red con una sociedad formada y educada digitalmente.

Con conocimiento de uso de la red y de delimitación de conocimiento experto dentro de Internet y no centrarse en la superficialidad a la que aboca Internet.

En definitiva, la situación de la Sociedad Red en España se encuentra en pleno proceso de trabajo en el ámbito de la alfabetización digital para conseguir una cultura digital que consiga distanciar la sociedad española de las diferentes brechas digitales que se confirma que todavía están presentes y presentan ciertos grados de *exclusión social*.

2.4. Visiones ante la Sociedad Red en la actualidad

2.4.1. Introducción

“La automatización puede ser perjudicial para nuestro trabajo, nuestro talento y nuestra vida. Puede estrechar nuestra perspectiva y limitar nuestras elecciones. Están cambiando exactamente lo que hacemos y lo que somos”.
(Carr: 2014:14)

Con el fin de poder aproximar toda la cuestión temática que constituye el presente estudio a una visión actual, palpable en la realidad de nuestros días, nos centramos en este apartado en el análisis de algunos autores e ideas presentes en las líneas de discusión acerca de las nuevas tecnologías de la información hoy en día.

Así, como fuente de argumentos y de líneas de pensamiento que han ido avanzando a lo largo del tiempo y que suponen un fuerte punto de apoyo para las opiniones actuales al respecto, nos centramos en autores como Nicholas Carr y su idea de la superficialidad o la Sociedad de la Ignorancia, como conceptos que provienen de diferentes autores contemporáneos pero que se enmarcan en un mismo hilo discursivo y dentro de una destacada línea de pensamiento apocalíptica.

Como una de las líneas predominantes en nuestros días, representadas por diferentes expertos en la materia, por tanto, que pueden describir uno de los prismas esenciales de la sociedad de la Información en la que nos movemos, es la línea crítica que la que confluyen autores como Carr con ideas reiterativas en cada una de sus obras.

Aquellas que nos permiten comprobar la presencia de una sociedad tecnificada, con una serie de ventajas que se contraponen a un sinfín de elementos negativos, que suponen un fuerte peso a la hora de definir dicha sociedad como un concepto poco beneficioso o negativo para el individuo y para su actividad en general.

La selección de la presente línea discursiva, con evidentes matices apocalípticos, para hacer frente a este capítulo de proximidad a la actualidad digital, se debe a la prominencia evidente de conceptos o de opiniones al respecto, que hacen que estemos ante una realidad en la que, cada vez más, un número mayor de expertos son conscientes de lo que supone haber sucumbido a formar parte inconfundible del entramado de comunicación en la red.

Así, la selección de Nicholas Carr, como experto encargado de fundamentar una teoría sobre la existencia de las nuevas tecnologías y sus efectos en la realidad diaria de los pertenecientes a la sociedad digital, responde a una mera actualidad informativa, que nos permite comprobar que las últimas obras relevantes y polémicas del autor nos llevan a tener en cuenta una realidad temática concreta y, por lo tanto, ligada directamente con nuestra línea de estudio.

2.4.2. Los efectos de la Sociedad Red vistos por Nicholas Carr

“El problema con la automatización es que muchas veces nos da lo que no necesitamos a costa de lo que sí. Para entender por qué, y por qué estamos tan dispuestos a aceptar el trato, debemos echar un vistazo a cómo determinados sesgos cognitivos - fallos en nuestro modo de pensar – pueden distorsionar nuestras percepciones.”(Carr, Nicholas. 2014:27)

Una vez estructurado todo un corpus teórico de la materia que nos incumbe estudiar, en el que dejamos plasmados todos y cada uno de los conceptos esenciales para entender el funcionamiento y la historia de la Sociedad de la Información, Sociedad del Conocimiento y Sociedad Red, de la mano de numerosos expertos que se han encargado de estudiarla, trasladamos todos estos conceptos a la máxima actualidad.

Así, analizadas las ideas de pensamiento de autores tan fundamentales como Marshall McLuhan o Umberto Eco, entre otros expertos en la materia, hemos sido capaces de dejar constancia de la existencia de determinados conceptos e ideas clave, como la existencia de la globalización, superficialidad o tercera brecha digital, fruto de una Sociedad Red.

A partir de estas ideas, nos interesa conocer cómo funciona a día de hoy, en pleno 2015, la sociedad en la red para conocer la viabilidad de los resultados que nos puedan aportar nuestros métodos de investigación empírica.

En la presente tesis nos hemos decantado por establecer un status quaestionis concreto y conciso en el que de forma sistemática podamos tener claros los conceptos y autores relevantes en la materia, sin caer en la multitud de opiniones o de reseñas bibliográficas.

Con el fin de evitar perder el hilo conductor de la investigación, basada en dilucidar si Internet funciona de forma eficaz para ofrecer información cultural de calidad, también denominado conocimiento experto a nivel cultural.

Sin embargo, en forma de recopilación de todos los conceptos señalados, es de vital importancia poder aproximarnos a un prisma mucho más cercano a la realidad de nuestros días.

Poder adquirir una perspectiva real que nos permita observar que todas estas líneas de pensamiento, no sólo siguen estando vigentes, sino que siguen suponiendo la preocupación e investigación de numerosos expertos en la materia.

Estudiosos que se encargan de analizar los diferentes factores que conforman las bases y fórmulas de actuación de la sociedad y cómo estas han ido modificándose en medida que se han producido cambios y avances en el tiempo.

Como son la implantación de elementos como la globalización, tecnificación y sus consecuentes permutas de contenidos y trabajos, que sufren novedades como la superficialidad o la accesibilidad a contenidos digitales.

Desde que el cambio tecnológico se hizo vigente y comenzó a adquirir presencia e importancia en la sociedad contemporánea, no son pocos los autores que se han encargado de dejar constancia de sus efectos, es decir, de su condición de arma de doble filo, como ya Ortega y Gasset o Arthur C. Clarks afirmaron, cada uno bajo unas premisas particulares, pero bajo una misma idea; la tecnología resuelve unos problemas mientras que genera otros diferentes, posiblemente más graves.

Dentro de la Sociedad de la información existen, por un lado, las partes positivas o ventajas para la sociedad, entendidas por aquellos más próximos a la positividad y aceptación de la red, véase los integrados de Eco.

Mientras que por el lado inverso, los contrarios a este término, como son la contraparte de los integrados, los apocalípticos, cuya línea de pensamiento marca la pauta de actuación y la crítica de un gran número de autores contemporáneos, al frente de obras que analizan las tecnologías de la Información desde diferentes perspectivas negativas para la sociedad.

Así, para implantar una línea de pensamiento en la que vamos a establecer la máxima aproximación a la realidad, nos centramos en aquellos autores que dejan patente la parte negativa que encuentran indiscutiblemente en la sociedad red con conceptos como la sociedad de la Ignorancia, la superficialidad o la automatización a la que nos vemos abocados sin remedio por depender de la tecnología.

De esta forma, es como entramos a estudiar las críticas de uno de los autores contemporáneos más conocidos por sus diferentes obras relacionadas con la materia de las nuevas tecnologías y sus efectos, **Nicholas Carr**.

Hablamos de Carr¹¹⁴ como un autor destacado en la crítica hacia las nuevas tecnologías en plena actualidad del siglo XXI, como ha dejado plasmado en obras de títulos tan indiscutibles como “*Superficiales, ¿qué está haciendo Internet con nuestras mentes?*” o “*Atrapados: Cómo las máquinas se apoderan de nuestras vidas*” la última y más reciente obra del crítico en 2014 que deja, una vez más, patente su vertiente apocalíptica.

“La multitarea, instigada por el uso de Internet, nos aleja de formas de pensamiento que requieren reflexión y contemplación, nos convierte en seres más eficientes procesando información pero menos capaces para profundizar en esa información y al hacerlo no solo nos deshumanizan un poco sino que nos uniformizan”¹¹⁵

La siguiente afirmación, hecha por Carr en una de sus entrevistas al diario El País, nos permite evaluar claramente la línea de opinión que sigue y deja entrever las

¹¹⁴ **Nicholas Carr (1959)**: Autor de origen estadounidense conocido por la publicación de numerosos libros relacionados con las tecnologías, la cultura. Destaca por su visión negativa y crítica hacia los funestos efectos de la Sociedad digital para el ser humano como individuo, ya que redime su capacidad de pensar a una simple capacidad de aceptación y automatismo hacia lo que le ofrece la red. Una visión apocalíptica que deja patente en obras como “*Superficiales*” (2012) o “*Atrapados: cómo las máquinas se apoderan de nuestras vidas*” (2014).

¹¹⁵ **El País – Babelia**. “*Un Mundo distraído*”. Entrevista a Nicholas Carr por Bárbara Celis. 2011 [http://elpais.com/diario/2011/01/29/babelia/1296263535_850215.html]

características que descubre dentro de una Sociedad Red, que si bien, es una sociedad globalizada y de fácil acceso para una gran masa de público, no deja de tener una vertiente negativa.

Aspectos que considera, por tanto, como una realidad paralela, en la que esta misma masa de público se ve transformada en un cúmulo de individuos mecanizados, que simplemente actúan bajo las pautas que la sociedad y los mandatos de la automatización y avances tecnológicos les permiten.

Por tanto, como pensador apocalíptico, no defrauda al introducir en sus obras y mostrar al gran público, mediante numerosas publicaciones, una serie de ideas, que siguen la línea de conceptos clásicos como son los esbozados por Eco hace varias décadas.

2.4.3. Líneas de pensamiento defendidas por Carr

La idea de Carr, al respecto de las nuevas tecnologías, deja patente una actualidad crítica sobre los efectos de la sociedad red para con el individuo en diferentes esferas.

Con lo que, le aporta a nuestro corpus teórico un aire actual que nos permite corroborar la importancia de la investigación y las líneas de pensamiento que en ella hemos ido esbozando.

Desde este punto de vista, nos centramos en Carr como representación más actual de la línea apocalíptica y nos centramos en estudiar su razonamiento teórico a partir de los diferentes conceptos que introduce en su crítica como son: superficialidad, automatización y pérdida de inteligencia o capacidad de reflexión y pensamiento humano.

“Se está erosionando la capacidad de controlar nuestros pensamientos y de pensar de forma autónoma” (Carr: 2014:14)

Una de las tenaces ideas que defiende el autor, como gran pensador, se centra en los efectos cotidianos que la red ha provocado en nuestras vidas y que, de forma prácticamente inapreciable, ha hecho que nuestra forma de consumo y de actuación frente a la red varíe.

Para Carr, la red hace que nuestros hábitos de consumo se hayan modificado de tal forma que, donde antes éramos capaces de leer un libro o un artículo rico en contenidos e información, del cual podíamos extraer conocimiento que fructificase en cierta forma nuestro intelecto; actualmente pasamos por la información de forma rápida, superficial y sesgada.

Lo que nos lleva, finalmente, a poder ver mucho más contenido, estar frente a un volumen de información mayor e incluso, siendo capaces de hacer más acciones al mismo tiempo.

Es decir, hemos ganado elementos como la velocidad de actuación, la accesibilidad a los contenidos y la automatización necesaria y facilidad para poder hacer varias actividades al mismo tiempo, sin embargo, todo ello a un precio bastante elevado para nuestras capacidades como individuos con el don del razonamiento.

La tecnología nos ha llevado hacia un camino en el que triunfan premisas como la superficialidad, la rapidez y la multitarea como formas de actuación.

La facilidad de hacer diferentes cosas al mismo tiempo, conforme asegura Carr en varias de sus entrevistas, aleja a los seres humanos de las acciones o de los pensamientos que requieren de mayor esfuerzo o creatividad.

Por lo tanto, afirmaciones como la siguiente dejan claras las consecuencias de la tecnología dentro de una realidad evaluada desde el prisma crítico del experto:

“Internet nos convierte en seres humanos con mayor capacidad de acceder a la información, procesarla pero no profundizar en ella, sino de pasar por encima, por la superficie, sin siquiera plantearnos su viabilidad o eficacia”.

Carr¹¹⁶ reitera que no está en contra de las nuevas tecnologías, que indiscutiblemente aportan toda una serie de beneficios, como los enumerados anteriormente (globalización, accesibilidad...), sino que asegura que la red se fundamenta en una herramienta con mucho peligro y muchos efectos negativos ante la falta de formación para un uso correcto de la misma por parte de los individuos.

No basta con estar conectados y así disfrutar de la red, sino que resulta básico tener la capacidad de evaluar todos los usos que nos ofrece Internet y, al mismo tiempo, los límites que presenta para determinados aspectos o rubros de nuestra persona.

A partir de ahí, poder utilizar Internet en consecuencia y conociendo todos y cada uno de los efectos que puede producir.

2.4.3.1. La Superficialidad como efecto ineludible de la Sociedad Red

Actualmente la sociedad accede a Internet como un nuevo medio que les ofrece una ingente información de forma sencilla y rápida, por tanto, lo utilizan tanto para fines informativos, académicos, laborales o de ocio, de forma diaria.

Sin embargo, no somos una sociedad consciente del tipo de información que la red nos ofrece, más bien de la calidad de la misma, así como de las cualidades que este tipo de contenido engloba a la hora de llegar al gran público a través de Internet.

Es decir, como sociedad en general, deberíamos como mínimo plantearnos la viabilidad de Internet y de todo lo que pone a nuestro alcance mientras nos resta muchas otras características o cualidades.

¹¹⁶ Es por estas motivaciones que centramos el apartado en Nicholas Carr, como apocalíptico que sigue una línea determinada de pensamiento enmarcada en la crítica, pero sin perder de vista que la red no únicamente supone aspectos negativos para la sociedad, sino una serie de características positivas por el avance que conllevan. Ahora bien, debido a la falta de educación digital, utilización de la red y, por consiguiente, de los efectos que esta despierta en los individuos, nos lleva a las evidentes consecuencias negativas de las que habla, que sumen a la sociedad en un eslabón inferior respecto al que podrían tener por su potencial intelectual.

Para así, poder evaluar el medio y saber discernir entre lo que realmente nos interesa recibir y aquello que simplemente no es de nuestro interés informativo, con lo cual, huir de una mecánica de actuación que nos lleva al consumo sistemático de los contenidos digitales sin ver más allá.

“Nos dirigimos hacia un ideal muy utilitario donde lo importante es lo eficiente que es procesando información y donde deja de apreciarse el pensamiento contemplativo, abierto, que no necesariamente tiene un fin práctico y que sin embargo, estimula la creatividad.” (Carr en El País: 2011)

Con afirmaciones como la anterior, en numerosas entrevistas ofrecidas acerca de su reflexión sobre las tecnologías, podemos establecer la línea de discusión de la que el autor quiere dejar constancia, así como las principales preocupaciones que le inquietan acerca de la sociedad actual y sus nocivos usos digitales.

Para una gran masa de público, el acceso a Internet supone la llegada de un medio que responde a nuestras necesidades fundamentales y lo hace de forma sencilla y rápida, es decir, cuenta con todas las cualidades de un medio digital de hoy en día, aquello que el usuario espera.

Algo que, a priori, no sería negativo siempre que se estableciesen una serie de límites y conciencia necesarios sobre aquello que nos ofrece el medio, es decir, saber cómo utilizarlo e interactuar con él sin caer en el peligroso automatismo o pérdida de capacidad intelectual.

Que es lo que está ocurriendo realmente, al vernos adentrados y dominados por una nueva digitalización y automatización, sin siquiera ser conscientes de ello y de cómo actuar para controlarlo o remediarlo.

2.4.3.2. La automatización y sus efectos en nuestro intelecto

Una vez patente el concepto de superficialidad, como uno de los efectos negativos que asegura Carr que conlleva la sociedad red para el individuo, sobre todo, para el desarrollo de sus condiciones más importantes, como son la capacidad intelectual, profundiza en las ideas claves de su línea apocalíptica.

A lo largo de la publicación de varias de sus obras, conocemos la existencia de diversos conceptos que definen todos y cada uno de los efectos que las nuevas tecnologías traen indiscutiblemente consigo.

Es el caso de la automatización, elemento al que el autor consagra una de sus últimas obras, se aproxima a él como una forma de analizar la realidad de actuación de los individuos de hoy en día.

En *“Atrapados: Cómo las máquinas se apoderan de nuestras vidas”*, su última obra de referencia publicada en 2014, define la idea de automatización como la consecuencia directa de las nuevas tecnologías en nuestra forma de vida.

Todos y cada uno de los elementos que nos rodean funcionan de forma automática; los coches, electrodomésticos, Smartphone, tabletas... diferentes maquinarias con diversos sistemas operativos que tienen la misma función, ofrecernos una vida más fácil a un precio muy elevado, siendo controlados.

Cada vez nos convertimos en seres más maleables bajo esta serie de sistemas, que llegan a controlar todos los aspectos de nuestra vida y nos hacen más “simples”, ya que dejamos que las tecnologías y la automatización actúen y nos eviten pensar o esforzarnos, mientras *otros* nos hagan de la cotidianidad algo mucho más llevadero y sencillo.

La llegada de las tecnologías, de la mano de la automatización, provocan nuevas características e intereses en la sociedad, es decir, se busca la sencillez y la comodidad, al tiempo que confían en que las tecnologías son capaces de hacer todo aquello que antes recaía en nuestras manos, sin pensar en última instancia, que es una fórmula que acaba por restarles inteligencia.

“El problema es que no somos muy inteligentes a la hora de pensar racionalmente sobre la automatización o entender sus implicaciones. No sabemos cuándo decir “basta” o incluso “para un momento”. (Carr: 2014:31)

Tenemos cierta tendencia a aceptar la automatización como algo positivo, por tanto, la acatamos, la dejamos entrar y dominar nuestra vida, sin siquiera plantearnos a dónde nos va a llevar lo que nos produce.

Debido a la tendencia manifiesta de los individuos hacia el ocio, la sencillez y la comodidad frente al esfuerzo, que a su vez nos ha sido impuesta en cierto modo por las directrices digitales de la sencillez y facilidad, cada vez somos más simples, guiados por la automatización de la red y las tecnologías.

“Los medios no son meros canales pasivos por donde fluye información, se encargan de suministrar los insumos de pensamiento y los procesos de pensamiento.”¹¹⁷

A medida que nos alejamos de nuestra herencia cultural y entramos a querer conectar más con la amplia red de información a la que accedemos digitalmente con apenas pulsar un botón, corremos el riesgo de convertirnos en gente plana, sin pensamientos propios y guiados como marionetas por los intereses de terceros.

Desde este punto de vista, el autor se posiciona en un contexto actual en el que todos y cada uno trabajamos y utilizamos la tecnología y sus automatizaciones para facilitar determinados procedimientos de nuestra vida cotidiana, sin evaluar los efectos o riesgos que ello conlleva, que pueden llegar a ser mucho más perjudiciales de lo que a priori pensemos.

Así, Carr advierte que se trata de una realidad de la que todos indiscutiblemente formamos parte, como un fenómeno en el que todos sufrimos una serie de avances tecnológicos que modifican nuestra realidad, pero que no es un procedimiento novedoso.

¹¹⁷ **Nicholas Carr.** *¿Qué le está haciendo Internet a nuestros cerebros?* Artículo publicado en Revista. The Atlantic.2008.
[<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/306868/>][11 de Junio de 2015]

Es decir, siempre que alguna novedad irrumpe en la sociedad, como fueron en su tiempo el telégrafo o la televisión, se vive el temor de que se produzcan cambios en nuestras formas de vida.

Por tanto, no es algo que deba refrenar a la sociedad, entre otras cosas, porque ya estamos inmersos al cien por cien en estas modificaciones, pero es esencial, al menos despertar la voz de alarma.

Mantener un nivel de alerta activo, en el que conozcamos la realidad que nos aborda y podamos ser conscientes de que Internet trae consigo una serie de cambios y todos los efectos que esto puede causar a nuestro intelecto.

Esta es la línea de estudio mediante la que Nicholas Carr pretende revelar la importancia de que la sociedad descubra cómo se presenta Internet y cómo nos afecta, no que asumamos sus condiciones sin ser conscientes de ellas o cuestionarlas.

“Como sociedad, por ignorancia, vagancia o timidez, hemos convertido a los luditas en caricaturas, símbolos del atraso. Asumimos que cualquiera que rechaza una herramienta en favor de una más antigua es culpable de nostalgia o de tomar decisiones sentimentalmente en lugar de con la razón.”(Carr: 2014:57)

Con afirmaciones como la presente, no queda lugar a dudas respecto a la definición de la automatización, de la que concluye, se trata de un efecto de la red que nos transporta a conseguir aquello que queremos de forma más sencilla.

Lo cual, aleja sin remedio la labor de conocer, pensar o reflexionar en pro de la sencillez de unos procesos de trabajo mecanizados y fáciles, que hacen todo el trabajo por nosotros.

Todas estas cuestiones referentes a la automatización, en diferentes niveles de nuestra vida, hacen que cada vez nos veamos más sobrepasados por una realidad en la que el día a día nubla nuestra capacidad de pensamiento o de razonamiento.

El verdadero problema, es cuando estas tendencias, de las que ya no es posible escapar, puesto que estamos inmersos totalmente en ellas, sobrepasan los límites peligrosos

de afectar a nuestro intelecto, nuestra inteligencia o nuestra capacidad de razonamiento y lo que es peor, ni siquiera somos conscientes de ello.

De ahí la afirmación de Carr:

“Si no somos cuidadosos, la automatización del trabajo mental, al cambiar la naturaleza y el foco de la empresa intelectual, podría acabar erosionando una de las bases de la cultura misma: nuestro deseo por entender el mundo.”(Carr: 2014:22)

Establecidos algunos de los conceptos principales de la opinión crítica de Carr, ahondamos en su obra para analizar aquella parte que más nos incumbe, por hacer referencia a las ideas fundamentales que compartimos en la presente tesis.

El tipo de contenidos especializados que existen en la red y, desde la vertiente de los usuarios, el acceso al conocimiento experto cultural que aporta Internet, teniendo en cuenta sus características y las particularidades de uso que hacen los individuos de la red.

Así, podemos aunar, por un lado, las deficiencias de las que habla el experto a la hora de identificar y encontrar contenido experto dentro de la red, y por otro lado, las dificultades que dejamos patentes a lo largo de esta investigación, sobre cómo la cultura mantiene su presencia destacada en la sociedad a día de hoy.

De todos es sabido que Internet se ha implantado en nuestras vidas aportando elementos y cualidades que suponen ventajas para los usuarios, como es el caso de la facilidad de acceso a la información, la existencia de una mayor cantidad de datos y el acceso a los mismos globalizado a un gran público.

Es innegable, por tanto, que la revolución digital de Internet ha transformado nuestra forma de aproximarnos a la información, tanto para trabajar con ella como en los procesos de creación, de almacenamiento o de transferencia de conocimiento científico.

Ahora bien, dentro de todos estos factores, a priori, positivos, nadie parece poner de manifiesto qué tipo de información es esta que recibimos tan sencillamente gracias al simple hecho de estar conectados a Internet.

Si es cierto que recibimos más información, pero la calidad de la misma no es la que era hace décadas ofrecida por medios impresos, la información digitalizada no sólo no se aproxima a lo que conocemos como especialización, sino que se sitúa en el extremo contrario a ella.

Todos estos hábitos de consumo y de tratamientos de la información, que nos vienen impuestos en cierto modo por la red, nos obligan a tener una serie de rutinas de trabajo al respecto, muy concretas y diferentes a las que deberían ser las adecuadas.

Actualmente, ante una abundante información que nos abruma al acceder a la red, nos decantamos por lo primero que nos ofrecen, por lo fácil, aquello que nos evita el tener que pensar, buscar e incluso descifrar otros contenidos, por tanto, caemos en la mecánica automatizada de consumir lo primero que nos ofrecen.

“Parece urgente la creación de una especie de inteligencia artificial que actúe como guía del lector” (Carr: 2014:6)

La conciencia generalizada de la que tanto reniega Carr, está centrada en la aceptación máxima de la red como un gran medio de comunicación, al que únicamente le pedimos que nos mantenga informados y conectados a la realidad. Del cual no nos cuestionamos nada y nos fiamos ciegamente de los contenidos que nos ofrece.

Nuestra mecánica de actuación frente a la red se centra en conformarnos con la información o los contenidos que primero llaman nuestra atención, por lo tanto, aquellos que interesa más que sean consumidos.

Dejando de lado la utilización de nuestra inteligencia para discernir si este tipo de información que adquirimos es realmente lo que estábamos buscando, si nos aporta algo, o si simplemente responde a algunas de las incertidumbres que nos llevaron a buscar este tipo de contenidos.

Internet tiene capacidad de automatizarnos hasta límites insospechados, tanto es así, que hasta la inteligencia o intelecto se convierten en víctimas activas de unos procesos de automatización negativos que nos convierten en juguetes de las tecnologías.

“Las personas acaban funcionando como meros vigilantes, observadores pasivos de pantallas” (Carr: 2014:75)

De estas y otras ideas, se extrae la línea de pensamiento apocalíptica que el autor deja patente a lo largo de su trayectoria y, sobretodo, en obras actuales en las que corrobora que la red supone un sistema con muchas aristas negativas para la sociedad.

Esto nos lleva a establecer afirmaciones acerca de los efectos de Internet para con la inteligencia, donde podemos llegar a afirmar que Internet no solo no nos hace más cultos, sino que, a día de hoy, con un funcionamiento y unas pautas de comportamiento establecidas, hace que nos convirtamos en seres más ignorantes.

Cuando esta realidad la vinculamos a contenidos de la importancia de la cultura, el cuestionamiento de autores como Carr, y que pretendemos corroborar o negar a lo largo de nuestro análisis empírico, se resume en buscar la respuesta a la siguiente pregunta: ¿Es Internet un medio de comunicación adecuado para difundir conocimiento experto?

A lo que la mencionada vertiente apocalíptica, que fundamenta la crítica de un amplio sector de expertos, establece una respuesta basada en la mención de una serie de doctrinas establecidas por la red que lejos que ahondar en nuestro intelecto, nos convierten en seres autómatas en todos los sentidos.

Principalmente, las nuevas tecnologías y la automatización ahondan en nuestra mente como efectos que nos convierten en seres sin capacidad de pensamiento propio o de reflexión, abrumados con ingentes cantidades de información, que no solo no somos capaces de gestionar, sino que además está dotada de contenidos superfluos y alejados de la profundidad o especialización adecuadas.

En definitiva, el análisis actual de expertos como Nicholas Carr acerca de la influencia de las nuevas tecnologías, se aproxima a considerar que, como sociedad, nos

encontramos en un escenario en el que estamos devaluando lo que solía ser lo fundamental de un pensamiento intelectual.

Centrado en procesos de razonamiento en profundidad, con creatividad y de la mano de profesionales como científicos o pensadores.

Una fórmula de pensar que iba mucho más allá de únicamente solucionar problemas concretos, sino en conseguir obtener ideas y razonamientos basados en experiencias y análisis empíricos de fondo.

La figura del pensador a la que Carr se aproxima para asemejarla a la que esculpió Rodin en “*El Pensador*”, como la imagen de alguien entregado a la formación, a la capacidad innata de pensar y de profundizar en aquellos conocimientos que realmente aportan sabiduría sobre determinados aspectos.

Una imagen que, lamentablemente para el autor, parece que dentro del entramado de la Sociedad Digital, ha pasado de moda, no deja lugar al pensador sino al usuario liviano y superficial, aquel que se interesa por otro tipo de contenidos que ya hemos esbozado a lo largo de su pertinaz línea discursiva

El ideal de pensamiento humano, por tanto, ha cambiado en pro de esta nueva figura que nos aporta la red, con aspectos positivos como el fácil acceso de contenidos o la globalización, pero con talantes negativos mucho más potentes como la pérdida de conciencia intelectual para la selección, reflexión y pensamiento.

2.4.3.3. Influencia de otros autores en la línea de pensamiento de Carr

La línea de pensamiento de Carr, establecida y clara desde todos los puntos de vista que hemos ido desgranando en el presente apartado, no viene únicamente determinada por sus numerosos estudios empíricos de observación de la realidad, sino que viene apoyado y delimitado por una serie de conceptos, que tanto él como otros autores destacados en la materia ponen de manifiesto.

Así es como podemos denominar el concepto de **Sociedad de la Ignorancia**, como un apelativo utilizado por ciertas esferas de expertos para hablar, bajo una denominación negativa, del concepto de Sociedad del Conocimiento.

Son muchos los que hablan de Sociedad de la Ignorancia al ver una sociedad del Conocimiento en la que se sume a los individuos en la máxima carencia de inteligencia dentro de la red de redes.

Conforme nos aseguran autores como **Gonçal Mayos o Antoni Brey**, en su obra acerca de la Sociedad de la Ignorancia (Mayos y Brey, 2011: 25), los cambios que nos ha traído el formar parte de la Sociedad Red hacen que las fórmulas establecidas para la comunicación humana y para el acceso a determinados contenidos se modifiquen por completo.

Es decir, hemos entrado a formar parte de una sociedad dominada por las nuevas tecnologías, que nos permiten el estar siempre conectados bajo la anhelada universalidad de la red, tener acceso a todos los contenidos y estar comunicados con cualquier parte del mundo, como efectos de la mencionada globalización.

Sin embargo, una sociedad en la que, como afirman los autores mencionados, no siempre quedan reflejados los aspectos menos positivos, como que no es más que una nueva etapa de un sistema capitalista de libre mercado, en la que se aspira a poder seguir creciendo gracias a la incorporación de un cuarto poder de producción, el conocimiento.

Se considera una sociedad alrededor de la cual prima una connotación utópica de la realidad, en la que abundan los pensamientos positivistas, como señala la siguiente afirmación:

“Tras la Sociedad del conocimiento subyace un mensaje subliminal que vincula al individuo y al conocimiento, una vinculación imprecisa, pero extremadamente sugerente por el mero hecho de involucrar la palabra casi fetiche, conocimiento.” (Mayos y Brey, 2011:38)

No son pocos los autores que llevan décadas dejando entrever que la sociedad del conocimiento no es una fórmula perfecta, que si bien, a priori, parece aportar grandes ventajas a la sociedad, es una fuente de problemas e inconvenientes bastante más graves que las anunciadas ventajas.

La sociedad de la Información en la que vivimos, dominada por la tecnología, ha llegado a considerarse una sociedad del saber o sociedad del conocimiento, donde erróneamente se llega a pensar que estar *conectado* a la red supone estar informado y recibir conocimientos que amplían nuestro saber.

Una idea utópica muy alejada de la realidad en la que, la sociedad tecnológica nos sume en la grave confusión de no saber discernir entre creciente cantidad de información y avances o beneficios para nuestro conocimiento o sabiduría.

La Sociedad denominada de la *Ignorancia*, que domina la actualidad con Internet como medio protagonista, no solo no aporta tal conocimiento o saber, sino que únicamente nos inunda bajo una ingente cantidad de información que nos lleva a la peligrosa sobreinformación.

Aquella en la que, más que estar informados, el usuario se convierte en el centro de un bombardeo de datos que, en general, no es capaz de descifrar ni comprender, por tanto, no le aportan nada más que confusión.

Se trata de contenidos regidos por las particularidades de la red¹¹⁸, que únicamente nos convierten en seres sobre informados, pero paradójicamente, seres desinformados, individuos cada vez más ignorantes.

De ahí la afirmación de la obra que utilizamos de referencia, en la que como su propio nombre indica, se encargan de descifrar los efectos de las tecnologías bajo la denominación de una Sociedad de la Ignorancia, donde los individuos son la parte más activa y afectada.

En la práctica, disponemos de una cantidad ingente de información disponible que no nos aproxima al saber, y aquella información que pudiera aproximarse a un

¹¹⁸ Características que hemos dejado patentes en diferentes de nuestros apartados, en los que explicamos que Internet nos ofrece contenidos basados en intereses capitalistas y mercantiles, por tanto, basados en la superficialidad o banalidad como primas generales de todo lo que llega a priori al individuo.

conocimiento superior, si bien es difícil de que se ofrezca en la red, cuando se ofrece queda en un plano al que los individuos, en general, tienen muy complicado el acceso por su acuciado desconocimiento en tratamientos de información digital.

Estamos desconectados de determinadas áreas del saber, de tal manera que cuando nos alcance la noticia de su existencia, ya habrán evolucionado.

Dicho de otra manera, el presente estudio sobre la Sociedad digital nos lleva a una paradoja en la que se ha creado una sociedad denominada del conocimiento y aplaudida por las sociedades postindustriales más avanzadas cuyo éxito deriva en la creación de una sociedad de incultos.

Individuos conectados pero con tremendas carencias en cuanto al tratamiento y aprovechamiento de toda la información que llega gracias a las nuevas tecnologías de las que forman parte.

Por tanto, toda una realidad estructurada en diferentes líneas discursivas tanto favorables como críticas, procedentes de autores como Carr, que pretendemos utilizar junto a nuestro corpus teórico a modo de base de estudio para avanzar hacia una respuesta a todos nuestros objetivos.

Conocer si realmente la situación que los expertos dejan planteada es reflejo de la sociedad actual y, lo más importante, cómo esta realidad afecta a la cultura y cómo avanzan las tendencias de comunicación cultural al navegar dentro de la red de redes en un futuro próximo.

TERCERA PARTE

3. TRABAJO DE CAMPO

3.1 Análisis de Contenido

3.1.1 Definición y antecedentes

El análisis de contenido ha logrado imponerse a lo largo de la historia como una de las fórmulas de investigación empírica más extendidas en las ciencias sociales, en concreto, en el mundo de la comunicación, por tanto, es la principal metodología de trabajo seleccionada para nuestro estudio sobre la presencia de información cultural en Internet.

Para algunos expertos en la materia como Bernard Berelson¹¹⁹, el análisis de contenido se define como una técnica de investigación que navega entre las esferas de lo cuantitativo y lo cualitativo, de forma que se define con la siguiente afirmación:

“El análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación (Berelson: 1952:58)

Por tanto, podemos definir el análisis de contenido como un conjunto de procedimientos metodológicos aplicados para interpretar diversos productos comunicativos, como pueden ser mensajes, textos o discursos, que aparecen en diferentes medios de comunicación y dirigidos a todo tipo de públicos.

Para lograr una evaluación óptima y completa de los contenidos a examen, que realmente nos aproxime al presente tema de estudio, es necesario realizarla tanto desde una perspectiva cuantitativa como desde una perspectiva cualitativa.

En lo que respecta a un estudio cuantitativo que permita centrarse en elaborar una serie de estadísticas gracias al recuento de unidades estudiadas, mientras que desde el

¹¹⁹ **Bernard Berelson. (Washington 1912 – 1979)** Estudiante y experto en diferentes materias como la política, la sociología o la comunicación, destaca por la publicación de diversas obras en las que introduce el análisis de contenido como una novedosa y eficaz fórmula de investigación. Él mismo la define como una fórmula de investigación descriptiva y supone el primer paso para incluirla como un nuevo modelo de investigación utilizado, principalmente, en ciencias sociales.

extremo cualitativo, se alcancen los resultados mediante lógicas basadas en la comunicación de categorías.

De esta forma podemos llevar a cabo una serie de pautas de análisis sobre los contenidos que nos llevarán a unos resultados fiables.

Como una de las técnicas de investigación más extendidas a lo largo del siglo XX, el análisis de contenido se convierte en una de las fórmulas más fiables para comprender y descomprimir los contenidos que se difunden en todo tipo de medios de comunicación.

Así, haciendo referencia a las afirmaciones de uno de los expertos en la materia, como es L. Bardin, para los comunicólogos de la época, el análisis de contenido se basaba en un proceso de investigación con los siguientes objetivos:

“El análisis de contenido se convierte en una empresa de des-ocultación o revelación de la expresión, donde ante todo interesa indagar sobre lo escondido, lo latente, lo no aparente, lo potencial, lo inédito (lo no dicho) de todo mensaje”
(Bardin: 2002:23)

Por tanto, siguiendo las diversas definiciones que llevan a comprender de primera mano lo que se entiende por un análisis de contenido exhaustivo y fructífero, se puede afirmar que es necesario establecer un trabajo empírico de calidad que conduzca a conocer y profundizar en aquellos ámbitos estudiados.

Para poder alcanzar este análisis de calidad, como bien se ha mencionado anteriormente, es necesario centrarse en las dos vertientes existentes de todo trabajo de investigación similar, la cuantitativa y la cualitativa.

En primer lugar, la cuantitativa, nos lleva a la selección y enumeración de diferentes fuentes, mientras que en segundo plano, la vertiente cualitativa, con cuestiones particulares, nos permite evaluar las partes semánticas del contenido, como el mensaje en sí, el código utilizado o el lenguaje.

En definitiva, hacemos uso de un modelo de análisis de contenido descriptivo, que nos permita aproximarnos a la realidad mediática que existe en Internet alrededor de la presencia de contenidos culturales.

No únicamente desde una perspectiva numérica o estadística, que nos permita afirmar si la existencia de estos contenidos es abundante o escasa, sino desde una perspectiva cualitativa, es decir, que nos haga saber de qué tipo son dichos contenidos y cuáles son sus diferentes fórmulas de presentación.

3.1.2 Consideraciones metodológicas del análisis

Un análisis de contenido, para poder definirse como un método de investigación completo y realmente fructífero, debe tener en cuenta una serie de particularidades, como bien asegura la siguiente afirmación:

“Wimmer y Dominick (1996) especifican que el análisis de contenido “es un método de estudio y análisis de comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa, con la finalidad de medir determinadas variables” (J.J.I.Perosanz, 2006:170)

Así, para hablar de un análisis de contenidos bien estructurado y que nos aporte todos aquellos datos que deben estar presentes en una investigación empírica, es necesario especificar cada uno de los elementos a tener en cuenta, que se reúnen en las diferentes esferas del análisis:

- Análisis Sistemático:

Este tipo de análisis implica la clasificación de los contenidos o mensajes seleccionados para el estudio, de forma que deben explicar sistemáticamente una serie de reglas de codificación aplicadas utilizando un único sistema de evaluación uniforme, una

serie de categorías que interesa distinguir y que, por tanto, fundamentan la clasificación correspondiente.

En este aspecto, se establecen una serie de signos a estudiar y se encasillan según sus características, para así, evaluar las propiedades del código, lenguaje o contenido. Mientras, simultáneamente se estudia el vehículo de dicho signo, es decir, las diferentes cualidades de la presencia de estos contenidos en la red y la frecuencia de los mismos.

En cuanto a delimitar qué contenidos son los que se seleccionan para someterlos a análisis, realizamos una selección concreta, una forma de muestreo determinada que, como más adelante se detalla, se trata de un muestro completo y continuo.

- Análisis Objetivo

La objetividad es uno de los aspectos fundamentales en toda investigación, en las que se debe dejar a un lado todo tipo de intervenciones subjetivas, características personales o divergencias individuales, que puedan influir en la descripción de fenómenos que estudiamos.

El hecho de evitar a toda costa cualquier ápice de subjetividad, responde a la necesidad de lograr unos resultados objetivos, que no caigan en resultados viciados ni repetitivos.

Por tanto, para evitar caer en estos errores, realizamos una investigación continua, que evite que en nuestros resultados aparezca el “ruido informativo¹²⁰” presente en la red.

Para estudiar el tratamiento que hace determinado medio en concreto de una materia informativa, en este caso la información cultural, es necesario conocer cómo se encarga de presentar la información de forma continuada.

No sería útil ni óptimo para los resultados de esta investigación, evaluar la información que un medio ofrece cada cierto tiempo, puesto que podríamos caer en tratamientos específicos que nos alejasen de la realidad diaria, que es la que realmente interesa.

¹²⁰ **El ruido Informativo:** se define como el efecto que se produce cuando aparece una ingente cantidad de información que dificulta el hecho de seleccionar la adecuada e incluso de discernir si aquello que se encuentra es el contenido esperado y útil o, por el contrario, son contenidos que no aportan ningún tipo de conocimiento necesario.

- Análisis Cuantitativo

Cuantificar es una de las cualidades particulares del análisis de contenido ya que permite que, dentro de cualquier estudio, se pueda realizar una clasificación sistemática de los resultados obtenidos del análisis de los diferentes materiales.

Mediante una organización minuciosa, a partir de diferentes categorías, la clasificación se convierte en una serie de datos numéricos susceptibles de ser tratados de forma estadística, para poder obtener resultados óptimos y lo más próximos posible a la realidad.

Así, siguiendo una serie de fórmulas metodológicas de recogida de información, vamos a establecer un periodo de tiempo determinado para acceder a contenidos en Internet de origen cultural.

Se determinan también un tipo de categorías existentes alrededor del origen de los contenidos, temáticas, frecuencias y demás datos que nos permitan conocer si realmente Internet afecta negativamente a la imagen de la cultura en la presente Sociedad dominada por las redes.

3.1.3 Desarrollo de la investigación

Como todo método de investigación, el análisis de contenido debe estructurarse mediante una serie de fases de trabajo en las cuales nos encargamos de constituir un corpus metodológico que permita, de una forma explícita, recoger los datos fundamentales para alcanzar unas conclusiones útiles y fiables.

La idea clave es establecer métodos de investigación que permitan que distintos investigadores, en diferentes momentos, puedan aplicar nuestra misma técnica de estudio y obtener unos resultados equiparables a los estudios que se están realizando, completándolos y/o verificándolos en espacios de análisis coherentes.

Así, vamos a comenzar a desarrollar una estructura de análisis basada en estudios anteriores, que utilizan métodos recurrentes en comunicación o ciencias sociales, como es

el caso del estudio presentado por *L'Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat de Barcelona*¹²¹.

A partir de investigaciones semejantes, podemos determinar las pautas a seguir para hacer que nuestro análisis de contenido cuente con todas las partes necesarias y que además nos permita alcanzar los objetivos de estudio planteados al inicio de la investigación.

Es decir, conocer de primera mano, gracias a una fuente de conocimiento empírico, la imagen que se encuentra de la información cultural en los medios de carácter periodístico digital, tanto especializados como generalistas.

3.1.3.1 Campos de aplicación: Medios digitales

El primer paso de la elaboración de todo proceso metodológico, fundamentado en el análisis de contenido, es delimitar aquellos campos de aplicación en los cuales rastrear la existencia de contenidos importantes para la muestra pertinente.

En este caso, con el objetivo claro de poder explicar y esclarecer la presencia que tiene la cultura en la red a día de hoy, consideramos fundamental el estudio de los medios en los que aparece este tipo de información especializada.

Centramos la actual investigación, por tanto, en clasificar como unidad de registro en la que analizamos las muestras posteriores, los espacios web que encontramos en el universo digital.

Dada la ingente cantidad de espacios web existentes, así como de los existentes en materia cultural, nos centramos en la elección de doce medios de comunicación digital que nos aporten una perspectiva generalizada la realidad que existe en la red alrededor de la

¹²¹ **Fernández Núñez, Lissete. (2006) Universitat de Barcelona. Institut de Ciències de l'Educació. Secció de Recerca. Ficha 7. Octubre, 2006.** Ficha que recoge los pasos a seguir para establecer una investigación de contenidos adecuada a los ámbitos de comunicación.

comunicación cultural y de las categorías o eslabones que más tarde vamos a acotar y sus diferentes áreas temáticas.

Así, podemos decir que la selección de medios que conforma el presente estudio se realiza mediante una estrategia de **elección aleatoria, discontinua y representativa**, siguiendo una motivación principal centrada en evitar abarcar la totalidad de los medios ya que únicamente nos abocaría a seguir una línea analítica con disfunciones.

Dentro de este modelo de selección, nos hemos decantado por algunos de los medios de mayor relevancia en cuanto a volumen de información o trayectoria de los mismos, con el fin de establecer una muestra representativa.

Con el ingente número de medios existentes, estudiarlos todos de forma exhaustiva se traduciría en una extensa investigación con inmensas cantidades de información que nos alejarían de nuestro objetivo de aproximarnos a la realidad digital.

Únicamente nos aportaría descomunales volúmenes de información que nos llevarían hacia el inevitable ruido informativo y lejos de tener una representación concreta de medios que nos aporten visibilidad sobre el mundo digital, nos llevaría a no ser capaces de trazar una línea clara.

En lo que respecta a una estrategia de selección más concreta, referente a las **materias culturales** en las que se basa un tercer eslabón, delimitado más adelante, responden a una misma mecánica basada en la selección aleatoria y representativa de las materias culturales.

Nos concentramos en el arte en general, el teatro y la literatura como tres de las áreas culturales más arraigadas en España, con mayor seguimiento y trayectoria en cuanto a difusión de contenidos culturales de calidad a lo largo de la historia.

Como bien mencionamos en el apartado pertinente, la enumeración de áreas culturales a tratar es tan inmensa, que es necesario seleccionar algunas de ellas para poder establecer un estudio representativo y concreto que nos aporte datos fiables.

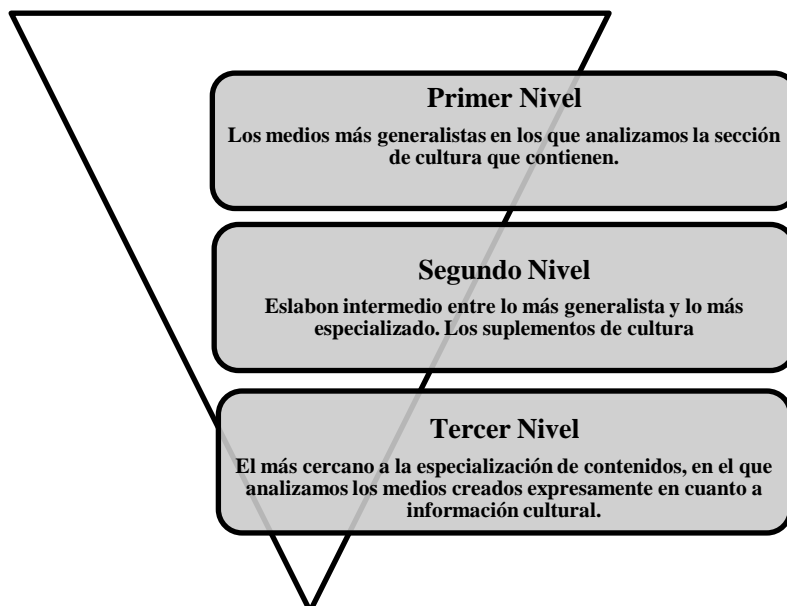
Por tanto, nos centramos en seleccionar dicha muestra representativa entre los medios que mayor seguimiento y mayor volumen de información cultural tienen en la red, tanto en información especializada en cultura en general, como es el caso de Babelia o El Cultural, como en caso de los medios correspondientes a una especialización mucho más concreta como son Artez Blai o Descubrir el Arte.

Así, una vez delimitado el modelo y las pautas de selección de medios, se elaboran una serie de categorías como son las siguientes: los medios generalistas tradicionales, los medios innovadores de Internet y las páginas especializadas, creadas o no por profesionales.

Dentro de esta estructura de clasificación, establecemos tres niveles o eslabones en los que se sitúan los diferentes medios a estudiar, según el seguimiento y el nivel de especialización que aportan a la información cultural.

Así, nos movemos en tres niveles de análisis, estructurados en forma de pirámide invertida, desde los medios más generalistas, en los que la especialización cultural, a priori, sería menor.

Un segundo eslabón o nivel en el que nos encontramos con los medios concretos de la materia con amplia trayectoria y por último, un tercer nivel, en el que nos centramos en los medios más específicos y dedicados a la cultura en la web, que supondría un símil de los suplementos de cultura en medios en versión impresa.¹²²



¹²² A la hora de clasificar los medios seleccionados para realizar nuestro análisis de contenidos, nos centramos en tres niveles de especialización en cuanto a contenidos culturales que aportan. Es decir, desde los medios más generalistas a un tercer lugar con los medios concretos de la materia pasando por un segundo nivel que abordan los medios especializados en la materia.

Dentro de lo que respecta al mencionado **Primer Nivel**, nos referimos a los medios generalistas, es decir, aquellos que son reconocidos como fuentes de información universal, no necesariamente centrados en la materia cultural o que aporten un tratamiento a la cultura diferente al que le ofrezcan a cualquier otro contenido de interés.

Así, a modo de clasificación, los cuatro medios que vamos a estudiar en este apartado se van a distribuir en dos direcciones:

En primer lugar, aquellos que son reconocidos históricamente por su amplia trayectoria y presencia. Hablamos de los medios de comunicación escritos que, debido a la invasión de las nuevas tecnologías, se han visto obligados a reproducir su histórica imagen también en la red¹²³.

En concreto, nos centramos en dos cabeceras españolas de largo recorrido, como son **ABC** y **La Razón**, como los dos medios de referencia de nuestro estudio en cuanto a medios generalistas que traspasan sus contenidos desde el papel a la versión digital.

- **ABC**¹²⁴:

Es una de las cabeceras de información generalista a nivel nacional con mayor trayectoria e historia frente a la sociedad española. Sus primeros números, en versión papel, se remontan a los años 1900. Concretamente, se funda en 1903 bajo una ideología próxima a una línea conservadora y monárquica que ha logrado mantener a lo largo del tiempo.

Pertenciente al grupo Vocento, con la llegada de las nuevas tecnologías, al igual que el resto de medios de trayectoria impresa, se ve obligado a tener presencia en la web, por tanto, abre su propio espacio *Abc.es*, donde se reproducen todas las secciones de la versión tradicional pero con una visión renovada.

¹²³. Uno de los aspectos clave en los que se va a centrar el análisis de estos medios de carácter clásico impreso es delimitar si la información que publican en los medios impresos es la misma que aparece en sus apartados digitales. Es decir, si su presencia web se limita a volcar los mismos contenidos impresos en su página web, sin ningún tipo de consideración especial o diferente en cuanto a contenidos, lenguaje... O si, por el contrario, la información que nos ofrece su espacio Web es diferente al tradicional y en qué aspectos podemos comprobarlo.

¹²⁴ Portal web del diario ABC: www.abc.es

La selección de este medio, para formar parte de nuestro estudio, responde a un claro interés por conocer el tratamiento que hacen los medios tradicionales, de amplia trayectoria y difusión, sobre un fenómeno tan importante como la cultura dentro del mundo web.

- **La Razón**¹²⁵:

El segundo de los medios generalistas, con una trayectoria anterior como medio impreso, en los que se va a centrar el análisis de contenido de la presente investigación es el diario La Razón en su versión web.

Al igual que en el caso de ABC, la razón fundamental para que se haya escogido la presente cabecera es una cuestión de interés por esclarecer el papel que tienen medios de tan amplia trayectoria a nivel nacional a la hora de tratar contenidos en Internet.

El diario La Razón es fundado en 1998 y destaca por ser otro de los diarios españoles que marcan una clara tendencia hacia la parte conservadora. En 2011, con el irrefrenable avance de las nuevas tecnologías, el diario se incorpora al mundo de internet.

Pasa a formar parte de una de las plataformas más innovadoras del momento, como quiosco digital, lo que significa una entrada directa al mundo de internet y a lograr una presencia clara en la nube gracias a su participación en diferentes plataformas de lectura y su propia página web.

Así, inmersos en un primer nivel, donde reiteramos se centra en medios generalistas, hacemos mención también a los medios considerados como innovadores digitales.

Es decir, aquellos que ven su origen dentro de la década digital, que se lanzan por primera vez al público con un formato tecnológico mediante su propia página web.

Estos medios son fruto de la expansión de las nuevas tecnologías y surgen con el fin de aportar a los usuarios todos los contenidos que buscan, con la capacidad de la rapidez, sencillez y calidad al unísono.

¹²⁵ Portal Web del diario La Razón: www.larazon.es

El tratamiento que ofrecen a la información y el amplio número de seguidores que presentan desde su lanzamiento, son dos de los aspectos en los cuales nos basamos para seleccionar a este grupo de medios como medios de referencia.

Dentro del ámbito de los diarios de carácter digital, vamos a establecer una diferencia, entre aquellos de orden generalista, es decir, que tratan todo tipo de contenidos y aquellos que se centran en la información cultural de forma específica¹²⁶, para los que otorgamos un tercer nivel de especialización que analizaremos posteriormente.

En este caso, en primer lugar, en lo que respecta a los medios de carácter general, los medios seleccionados son dos cabeceras de renombre como *Te interesa* y *El diario Público*.

Estamos ante dos diarios o portales web de información que han logrado un amplio alcance gracias a sus contenidos, al tratamiento de los mismos y a la accesibilidad y facilidades que han demostrado otorgar a sus lectores potenciales.

- **Teinteresa.es**¹²⁷:

Como una de las Webs de información general más novedosas en el universo de Internet, fue lanzada en versión digital en 2011 de la mano de los editores del conocido diario *Qué!*

Con una línea editorial que pretende apostar por la información y por la calidad en Internet, pretende hacerse hueco en la red como un espacio de información generalista, elaborado por profesionales de la información, y con la intención de competir con dos de los diarios generalistas con mayor presencia a nivel nacional, como son *El Mundo* y *20 Minutos*.

¹²⁶ La selección de los medios de carácter digital generalistas, es decir, que abordan diferentes temáticas, y por otro lado, de medios digitales especializados en cultura resulta interesante para el presente estudio puesto que lleva a conocer las diferencias que existen en el tratamiento de información cultural de cada uno. La visión que uno y otro ofrece de cultura, a quién se dirigen o la calidad y profundidad que en cada uno de los medios ofrecen a sus contenidos culturales.

¹²⁷ Portal Web del diario *Te interesa*: www.teinteresa.es

Muchos medios de información lo definen como un “medio inspirado en la línea editorial del *Huffington Post*, hecho por y para los ciudadanos”.

Dirigido por Alejandro Sopeña, un profesional de larga trayectoria en el mundo de la comunicación como director de medios como *La Gaceta Universitaria*, el gratuito diario *Qué!* Y el deportivo *Marca*.

El propio editor de la publicación lo define como “un medio que intenta aprovechar todas las innovaciones tecnológicas de última generación para ponerlas al servicio de la actualidad y la calidad periodística”.

La selección de este medio digital, para formar parte de nuestro análisis de contenido, responde a la novedad de su existencia, puesto que nos permite conocer o prever, de forma prospectiva, cómo los periodistas ven su trabajo en Internet en diversos ámbitos pero, sobre todo, en el terreno cultural.

Aparte de estar conformado por una plantilla de profesionales del periodismo, con una amplia trayectoria que los avalan como profesionales del medio y de las diferentes secciones que redactan, lo cual nos permite enfocar el análisis en un medio con cualidades como calidad, la innovación y lo tecnológico.

Diario Público¹²⁸:

El diario Público comenzó siendo un medio de carácter impreso, desde su fundación en 2007 hasta el año 2012, donde su publicación pasó a ser únicamente de carácter digital. Es el único medio que, dentro de aquellos que han trasladado sus contenidos impresos a la versión web, se mantienen únicamente en la plataforma digital para ofrecer sus contenidos.

Actualmente, se encuentra como uno de los diez periódicos digitales más leídos en España. Ha incluido a su oferta informativa una amplia variedad de contenidos y secciones entre las que se encuentra una sección destinada a contenidos culturales de diferentes ámbitos.

¹²⁸ Portal web del diario Público: www.publico.es

A parte del éxito que supuso su lanzamiento en versión papel *Público.es*, en su segunda etapa digital, continúa cosechando éxitos y mantiene un nivel de seguimiento y de lectores importante, por tanto, se convierte en uno de los medios de referencia que debemos analizar.

En un Segundo nivel de especialización de nuestro análisis, definido como un eslabón intermedio, entre los medios más generalistas y aquellos que surgen ya pensados para dedicarse a la materia cultural en la web, hablamos de un segundo nivel conformado por las fuentes de información especializadas que trasladan su versión física, del papel, a la versión web.

Hablamos de los suplementos culturales, que tienen una presencia importante en cuanto al mundo del arte y son una fuente de información fundamental para nuestro análisis.

Dentro de este sector concreto de medios, nos vamos a centrar en dos de los más prestigiosos a nivel nacional, que sin duda, tienen un espacio privilegiado en cuanto a información generalista y han conseguido lograr lo mismo con sus revistas especializadas en información cultural y sus respectivos portales digitales.

- **El Cultural de “El Mundo”¹²⁹:**

“El Cultural”, publicación especializada en temas culturales del periódico *El Mundo*, apareció por primera vez en 1999 junto al diario impreso, como un suplemento dedicado a diferentes temas culturales los viernes, con carácter semanal.

Dirigido por Blanca Berasátegui, tras alcanzar un alto seguimiento en su versión impresa, en el año 2000, impulsado por las incipientes nuevas tecnologías, lanza su versión digital *ElCultural.es*.

En su versión web presenta todos los contenidos que contenía la edición impresa, de periodicidad semanal, pero con nuevos complementos como nuevas secciones, información concreta en mayor número de temáticas culturales o diversos contenidos multimedia.

¹²⁹ Portal Web del suplemento cultural de El Mundo, “El cultural”: www.elcultural.es

La selección de *El Cultural* de El Mundo, como uno de los medios a analizar en nuestro estudio de medios, nos permite conocer el tratamiento que un medio generalista hace de la cultura a través de un suplemento especializado en el que incluyen todo tipo de ámbitos culturales.

Pero, sobre todo, nos permite centrarnos en el tratamiento que hace de la cultura en su versión digital, las diferencias con la edición impresa, el tipo de contenidos o lenguaje que utilizan.

A la hora de estudiar este medio, partimos de la base de que la información cultural más próxima a la calidad o especialización en el terreno cultural, de forma tradicional, se encuentra en los denominados “suplementos” de los diarios, por tanto, debería reflejarse en las páginas webs de los mismos.

Así, a la hora de estudiar los contenidos culturales que contiene este medio, nos vamos a centrar en aquellos que ofrece su suplemento especializado, pero también se van a tener en cuenta aquellos contenidos que aparecen de forma diaria y más generalista en la sección de “cultura” para establecer las diferencias que se producen con los contenidos que se ofrecen en la web del suplemento cultural.

- **Babelia de “El País”**¹³⁰

“El País” se ha convertido en uno de los diarios de cabecera de la información generalista a nivel nacional por su amplia trayectoria y éxito entre los lectores, por tanto, en la misma medida, ha ido situándose como medio de referencia en contenidos de éxito en diversas temáticas, como la cultural, y en diversos formatos, como el digital.

En este caso, nos centramos en hacer referencia al suplemento cultural, Babelia, que El País lanza de forma impresa como suplemento de los fines de semana.

Con la llegada de las nuevas tecnologías y la presencia del diario en Internet, Babelia no podía ser menos y traslada su imagen como suplemento impreso de carácter

¹³⁰ Portal Web del suplemento cultural de El País, “Babelia” [<http://cultura.elpais.com/cultura/babelia.html>]

semanal hacia un espacio propio en la página Web en la que, periódicamente, va actualizando diferentes contenidos culturales, centrados en este caso en literatura.

Un aspecto a tener en cuenta es las diferencias existentes entre este medio y El Cultural, que se centran en la especialización de cada uno de ellos.

Así, mientras El Cultural se define como una página web o suplemento especializado en información cultural de ámbito general, en lo que respecta a Babelia, se define como un suplemento especializado de información literaria.

Así, entra a formar parte de la presente investigación como uno de los medios especializados de referencia, sin embargo, también se va a tener presente la propia sección de cultura del diario El País digital, para poder comprobar las divergencias que existen entre ambos espacios y el tratamiento que ofrecen a los contenidos culturales.

Una vez expuestos los medios de información que van a ser la parte fundamental del estudio, en un primer y segundo nivel de especialización, es decir, los medios generalistas y los suplementos de cultura, como pertenecientes a un eslabón intermedio, nos centramos en un tercer nivel de especialización.

Este tercer eslabón en la clasificación en torno a la especialización, como hemos mencionado anteriormente, está conformado por aquellos medios que, si bien, pueden tener o no una presencia física, se caracterizan por contener un espacio propio en la Web en el que funcionan como una fuente de información primaria de contenidos culturales.

Es decir, portales o páginas de internet que están elaborados exclusivamente por y para la cultura, con contenidos específicos en diferentes ámbitos culturales.

Así como ocurría con los medios tradicionales o los medios exclusivamente digitales, en este caso, la amplitud de medios digitales creados en materia de cultura es tan extensa, que debemos realizar una criba sustancial en diversas materias¹³¹.

¹³¹ La selección de las materias específicas que se van a seleccionar para ser analizadas responden a una clasificación necesaria, debido el amplísimo abanico de categorías culturales y, por tanto, de medios referidos a ellos. Podemos encontrar un sinfín de espacios referidos a estos ámbitos de información cultural, por lo que para obtener unos datos más concretos y más ajustados a la realidad, debemos centrarnos en algunas materias culturales, con el fin de lograr tener un espacio de acción acotado y mucho más fructífero en nuestro trabajo de análisis de contenido.

Por tanto, vamos a centrar nuestra investigación en encontrar información referida a temáticas concretas, como serían las artes escénicas o teatro, la literatura y las artes gráficas, tres de las materias artísticas con mayor trayectoria a nivel histórico.

Gracias a la Asociación de revistas Culturales de España¹³², nos aproximamos a la existencia de diversas revistas especializadas sobre materia cultural, páginas web y portales, que son fundamentales para estudio de investigación y que deben tener presencia activa en la red, por tanto, bajo estas cualidades, se han seleccionado los diferentes medios:

En lo que respecta a las artes escénicas, la existencia de revistas especializadas, elaboradas desde dentro, es decir, desde asociaciones de directores de escena, actores o investigadores del mundo del espectáculo teatral, es bastante amplia, tanto a nivel impreso como a nivel digital, por tanto, es necesario acotar el terreno de estudio y centrarse en una de las publicaciones de referencia.

- **Artez Blai: El Periódico de las Artes Escénicas**¹³³:

“Artez Blai”, con 15 años de trayectoria, se ha instaurado como una de las revistas de referencia en el ámbito teatral a nivel iberoamericano, elaborado por profesionales del periodismo especializados en materia cultural.

Comenzó su andadura como publicación mensual en la que, de la mano de dramaturgos y expertos en la materia, se ofrecía una visión panorámica de la realidad teatral internacional, gracias a una ingente variedad de contenidos como entrevistas, reportajes o críticas.

En este caso, seleccionamos contenidos centrados en el teatro, materia de la que contamos con un estudio de investigación y aproximación previa y literatura, artes escénicas y artes gráficas como tres de los términos culturales más extendidos y más utilizados en nuestro tiempo y sociedad.

¹³² **Asociación de revistas Culturales de España – ARCE** – Fundada en 1983, se pone en marcha, por iniciativa de los propios editores de este tipo de publicaciones, con el propósito de poner en común los recursos e instrumentos necesarios para la promoción de diferentes proyectos culturales.

¹³³ Portal Web de Artez Blai : www.artezblai.com

Su objetivo siempre ha sido hacer llegar a un amplio público todo tipo de actualidad referida a las artes escénicas, primando los aspectos artísticos, con rigor informativo y atendiendo tanto a profesionales como a espectadores en general.

Tras corroborar su influencia y éxito como publicación impresa, da el salto a la red y le aporta a sus contenidos un carácter mucho más dinámico, por tanto, reúne todas las cualidades necesarias para ser parte fundamental de la presente investigación, por su carácter de referencia y por haber obtenido diferentes premios de reconocimiento por sus contenidos.

- **Revista Godot**¹³⁴:

La selección de Revista Godot, como uno de los medios pertenecientes a nuestro análisis de contenido, se centra en la importancia que, como medio escrito, ha adquirido esta revista desde su lanzamiento.

Ha logrado hacerse un lugar destacado como una de las cabeceras de referencia a la hora de hablar y analizar las artes escénicas desde todas sus vertientes.

Una vez asentado su éxito con la versión impresa, lanza su cabecera a la nube de Internet bajo la creación de dos webs, Escena Godot y Escena Godoff, como una forma renovada de comunicación que les permite continuar siendo uno de los medios de referencia especializados en la materia, tanto para el público en general, como para los expertos integrados en la escena teatral.

Ellos mismos definen *La Revista Godot* con la siguiente afirmación en su propia página web:

“ Referencia online para todos aquellos amantes del teatro que necesitan un lugar donde enterarse de todo lo que hay en las carteleras teatrales españolas, leer críticas, compartir información, donde profundizar en su afición y alimentarla, donde pertenecer a una comunidad de gentes que disfrutan en una butaca, riendo o llorando, con el teatro, la danza, el circo o los títeres.”¹³⁵

¹³⁴ Portal Web de Revista Godot: www.escenagodot.com

¹³⁵ **Escena Godot. Quienes somos.** [<http://www.escenagodot.com/paginas/Quienes-Somos>][Visto el 26 de Octubre de 2014]

Con la selección de estos dos medios especializados en artes escénicas y de carácter digital, cubrimos una de las áreas culturales en las que vamos a centrar el presente análisis de contenido.

Así, mediante el muestreo de contenidos, se podrá comprobar si realmente estamos ante medios especializados, de información de calidad o, por el contrario, medios que se encargan de ofrecer información sucumbida por los intereses digitales y toda su red de conveniencias comerciales.

En lo que respecta al ámbito correspondiente a la literatura, nos decantamos por un clásico, las revistas que se hacen eco de los libros, de la materia literaria, con una presencia física en material impreso desde 1985, **Revista Leer**, es todo un referente en el ámbito literario español.

- **Revista Leer**¹³⁶:

La Revista Leer, “década de Libros y Cultura”, como ellos mismo se definen en su página Web, ocupa desde su lanzamiento, en la década de los 80, un espacio insustituible en el panorama cultural y editorial español.

Todas y cada una de sus secciones están elaboradas por expertos en la materia, académicos de la lengua y autores de prestigio, lo cual conlleva a que los contenidos que se ofrecen a los usuarios se predispongan con una calidad superior y especializada en cuestión de cultura literaria.

A partir de unos contenidos centrados en el arte de los libros y de la literatura, ofrece a todos sus lectores un análisis de las novedades editoriales y de diferentes temas de actualidad literaria. A partir de 1996, de la mano de la dirección de José Luís Gutiérrez, periodista y escritor de referencia, comienza una nueva etapa en la que obtiene diversos premios dentro del ámbito de la lectura y las artes escritas.

¹³⁶ Portal Web de Revista Leer: www.revistaleer.com

Su versión digital destaca por la extensa implicación y adaptación al mundo multimedia, de forma que, ofrece todo tipo de contenidos culturales con las cualidades de un medio digital, el interés de su análisis radica en esclarecer si la calidad periodística que marcó su periodo impreso se traslada también a sus contenidos digitales o por el contrario, se vuelven superfluos.

- **Revista de Libros**¹³⁷:

Otro de los medios que destaca por su amplia trayectoria al servicio de la cultura, concretamente en este caso, al servicio de los contenidos literarios.

Desde 1996, la versión impresa en papel de Revista de Libros lleva cosechando éxitos y logrando alzarse con renombre entre sus seguidores por su clara filosofía de trabajo en cuanto al tratamiento de contenidos culturales.

Alejados de las clásicas revistas de divulgación o las secciones bibliográficas de los diarios, su interés principal reside en lograr transmitir conocimientos mediante la opinión cultural de altura, a un público lector que presente intereses más amplio que los propios de su especialidad.

Así, contiene toda una serie de elementos clave que le aproximan a la calidad de la información y que hacen que consiga tener un espacio reservado dentro del catálogo de medios encargados de la información cultural.

Todos estos aspectos son trasladados a una nueva versión de la revista, que pasa por reubicar su presencia y todos sus valores a la versión web, donde siguen trabajando por conseguir, con la ayuda de profesionales e intelectuales de la materia, ser un medio señero en el ámbito de las letras hispano.

Así mismo es como ellos se definen en su actual página web, por tanto, se convierten en un medio fundamental a tener en cuenta en nuestro trabajo de investigación. En este caso, para poder corroborar el nivel de especialización que existe en cuanto a información literaria dentro de la red de Internet.

¹³⁷ Portal Web de Revista de Libros: www.revistadelibros.com

En tercer y último lugar, como medios protagonistas de este tercer nivel de especialización, nos vamos a centrar en aquellos que se refieren a las artes gráficas, pintura, fotografía... puesto que ya contamos con los que hacen lo propio con las artes escénicas y con la literatura.

Para evaluar la presencia de las artes gráficas, vamos a centrar el estudio en los medios de carácter digital, que se caracterizan por dar soporte informativo a todo tipo de artes en esta materia y que suponen un referente para el tratamiento de la misma.

En esta materia, los medios seleccionados son el portal web *Hoyesarte.es* y la versión digital de la revista *Descubrir el arte*.

- **HoyesArte.es**¹³⁸:

Diario digital lanzado a la red en 2009, se define como el primer diario creado exclusivamente en la red, destinado al arte en lengua española, se ha convertido en un medio de referencia para el sector cultural en nuestro país.

Así lo avalan más de 200.000 visitas mensuales, de las cuales 15.000 lectores ya están suscritos a su boletín diario de noticias y cuenta con una importante presencia y seguimiento en las redes sociales.

Su plantilla de profesionales cuenta con un amplio equipo de expertos en el mundo de la información que se encargan de hacer que los contenidos ofrecidos en el diario web sean de calidad periodística, tanto a nivel de contenidos como a nivel de lenguaje y de códigos multimedia.

Como ellos mismos señalan, el sello de calidad que ofrecen en sus contenidos destaca por las informaciones elaboradas por periodistas especializados e historiadores de arte que conocen a la perfección cada uno de los ámbitos culturales.

Por tanto, ofrecen informaciones dirigidas tanto a aficionados como a profesionales del sector cultural, para los que elabora contenidos de actualidad informativa del mundo del arte con artículos de reflexión sobre acontecimientos culturales relevantes.

¹³⁸ Portal Web de Hoy es arte: www.hoyesarte.com

La selección de este medio para nuestro análisis de contenido corresponde a la importancia que supone la existencia de un medio digital especializado en cultura, que a su vez, apuesta por información de calidad sobre este ámbito.

Así, centramos la investigación en analizar si realmente la información cultural que ofrecen responde a las características de especialización y calidad que consideran que ofrecen a los lectores.

- **Descubrir el arte**¹³⁹:

Esta revista de contenidos culturales es una publicación perteneciente al Grupo Editorial, cuenta con varios años de presencia impresa y de éxitos como revista especializada en la materia de carácter mensual.

Con la llegada de las nuevas tecnologías y herramientas de lectura web, esta revista ha logrado su propio espacio en la nube de Internet, donde ofrece a sus lectores y a todo el público de internet sus contenidos culturales en torno al arte.

Cómo sus propios autores confirman, esta publicación está pensada y dirigida a todos aquellos que se interesan por el mundo del arte y se esfuerza por atender a las manifestaciones artísticas más contemporáneas.

Su carácter divulgativo, que se imprime también en su versión web, busca a través de un lenguaje inteligible, informar y formar en el mundo del arte.

En definitiva, estamos ante un medio, que como bien se ha podido comprobar por las cualidades de todos los medios seleccionados, cumple todas las expectativas y características de un medio digital de carácter cultural, es decir, que nos permita discernir el nivel de información cultural especializada que hallamos en la inmensa cantidad de contenidos que nos otorga la nube de internet.

Con la selección de estos doce medios de referencia, en los que se busca esclarecer la calidad y cualidades del contenido cultural que se encuentra dentro del universo de Internet, concluiría la muestra sobre la que se va a realizar un exhaustivo análisis de contenido.

¹³⁹ Portal web de Descubrir el arte: www.descubrirelarte.es

Con el objetivo de poder conocer y contrastar qué tipo de medios nos informan sobre cultura, si realmente estos ofrecen información destacada o de calidad o si, por el contrario, la era de Internet ha supuesto una forma de degradar y llevar a la superficialidad el tratamiento de la información cultural.

3.1.3.2 Tipos de Muestreo

Una vez seleccionado y establecido el marco de actuación, que se centraliza en los diferentes medios de comunicación digitales que ofrecen información cultural, hay que delimitar de qué forma se va a estructurar la búsqueda de contenidos para lograr unos resultados óptimos.

Dado el carácter de los medios seleccionados para realizar su análisis, nos enfrentamos a un tipo de información digital que fluye continuamente y que es susceptible de ser actualizada o modificada prácticamente al instante.

Por tanto, sería poco fructífero realizar un análisis de contenido acotado a un espacio y tiempo erróneos, es decir, si nos centramos en un análisis de contenido continuo durante una extensa temporada de tiempo, la cantidad de resultados sería tan amplia que los datos relevantes perderían notabilidad dentro de un gran ruido informativo.

Por el contrario, si la investigación se centrara en un periodo de análisis muy escaso, no sería posible obtener todos los datos necesarios para aportar una hipótesis o una conjetura exacta de la situación que rodea el ámbito a estudio.

Así, en lo que respecta al tiempo, el análisis queda delimitado a lo largo de lo que se puede denominar una **temporada cultural**¹⁴⁰, en este caso, temporada de otoño de

¹⁴⁰ A la hora de hablar de una temporada cultural, se hace referencia a un periodo de tiempo adecuado en el cual el movimiento de acontecimientos culturales y de información al respecto es lo suficientemente rico como para poder establecer un juicio de valor después de realizar un análisis de contenidos. En este caso, nos centramos en la temporada cultural de **Otoño / Invierno 2014**, de forma que desde el mes de Octubre hasta el mes de Enero, se analizan de forma diaria todos los medios seleccionados.

2014, de forma que se pueda encontrar contenido informativo suficiente para poder conformar un extenso y fructífero análisis de contenido.

Durante toda esta temporada, la investigación se va a centrar en un **muestro completo y continuo**¹⁴¹, en el que se estudian diariamente los contenidos principales que se van publicando en las diferentes fuentes seleccionadas.

El hecho de definir el análisis de contenido como completo y continuo lleva a establecer una serie de pautas a seguir, como es el estudio de todos los medios a una misma hora de referencia o durante diversos horarios en los que se compruebe que se actualizan los contenidos pertinentes, con el fin de conocer la frecuencia o el tipo de información que va apareciendo en cada momento.

Algunas de las cualidades fundamentales de los medios digitales son la inmediatez y la instantaneidad en cuanto a la difusión de información, por tanto, no sería de utilidad para esta investigación en comunicación cultural analizar los contenidos de un medio sin cierta constancia y periodicidad.

Hacer un estudio aleatorio o discontinuo proporcionaría una serie de resultados sesgados y seguramente erróneos sobre lo que realmente se busca demostrar o corroborar, debido a la presencia del conocido “ruido informativo” de la red, que afectaría por no tener cierta constancia.

Así, se puede decir que con la correspondiente clasificación del análisis delimitada, que se centra en un estudio continuo, se va a tener en cuenta la actividad diaria de todos los medios seleccionados.

Al igual que se va a tener en cuenta la presencia que estos espacios le otorgan a la cultura en sus espacios web, tanto en días normales, que serían a los días entre semana, como los días especiales, en el caso del lanzamiento de los suplementos culturales en versión impresa¹⁴².

¹⁴¹ El hecho de realizar un modelo de análisis de contenidos continuo y diario permite establecer un estudio de medios mucho más exhaustivo de lo que resultaría establecer un análisis discontinuo o aleatorio. Puesto que al hablar de medios digitales la inmediatez en la información es fundamental y nos lleva a que de forma diaria se cambien contenidos que debemos tener en cuenta para unos resultados fiables.

¹⁴² El fin de centrarse en los medios seleccionados también en el día en concreto en que se lanza la versión impresa de los suplementos, responde al interés de esclarecer si se vuelcan o no los contenidos impresos a la versión web o, por el contrario, se aprovechan las capacidades de la página web para ampliar estos contenidos.

3.1.3.3 Clasificación de los Resultados: Categorías

La realización de un análisis de contenido que responda a las necesidades de avanzar en la investigación pertinente necesita, como punto clave en su elaboración, poder establecer adecuadamente las categorías con las cuales clasificar los contenidos que se observan.

Así, una vez delimitados aspectos como; las unidades de registro en las que nos vamos a basar, el tipo de muestreo y el espacio y tiempo del mismo, nos centramos en instaurar aquellas unidades de segmento¹⁴³ en las cuales se establecen las categorías con las que se estudie el contenido de los medios mencionados.

Así, de esta forma, se podrá concluir, de la forma más veraz posible, la presencia que le otorgan dichos medios al fenómeno cultural.

Para el registro de evidencias, hemos establecido las categorías pertinentes, su correspondiente libro de códigos y, posteriormente, las fichas de análisis, donde se puede categorizar la información publicada en los mencionados espacios digitales.

La validación del registro de categorías se va a realizar en torno a tres conceptos dentro de los que desarrollar el análisis como es el código, el lenguaje y el contenido de los medios seleccionados.

A partir de estos conceptos se va a realizar una tabla de categorías, como muestra la siguiente imagen, que se va a cumplimentar diariamente con los datos recogidos de cada uno de los medios mencionados en los diferentes eslabones de especialización.

¹⁴³ Por unidades de segmento se entienden aquellas secciones de contenido que aparecen en los medios digitales mencionados en los cuales nos vamos a encargar de estudiar diferentes ámbitos de referencia como el código, el contenido y el lenguaje. Estas unidades de segmento se centran en **noticias clave** que aparecen en las secciones estudiadas en torno a ámbitos culturales como las artes escénicas o el teatro, la literatura o las artes gráficas.

CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DE CONTENIDO¹⁴⁴

Código	Contenido	Lenguaje
Frecuencia	Finalidad	Intensidad
Contingencia	Firma	Cualidades del lenguaje
Presencia	Tipo de contenido	Funciones del lenguaje
Contenido	Referencias	Emisor
Interacción	Bibliografía	
Orden de Importancia	Profundización	
Estructura de contenidos		
Volcado de contenidos		

En primer lugar, el estudio se va a centrar en delimitar el **código** de los contenidos estudiados: A la hora de hacer referencia a unos códigos, se elaboran una serie de categorías relacionadas con el aspecto más superficial de la información que encontremos, dejando de lado, a priori, aspectos como el contenido fundamental e informativo, que se evaluará bajo otras categorías.

Por tanto, el análisis arranca desde aspectos como: la frecuencia de aparición de informaciones culturales en los medios, en qué tipo de secciones aparece la información referida ámbitos como la literatura o las artes escénicas, las secciones generales de cultura, secciones concretas, portada del medio...

¹⁴⁴ ANEXO: III. Modelo de Ficha de Análisis de Contenido con las categorías correspondientes. Página 296

Además de cuestiones relacionadas con la accesibilidad a los contenidos y si está pensada para un público general o, por el contrario, para un público previamente conocedor de los contenidos de la página web.

En lo que respecta a los **contenidos**, se hace referencia a un tipo de análisis un tanto más focalizado en la información encontrada, no tanto en discernir cómo aparece, sino en el cuerpo de la misma.

De forma que, se evalúen los géneros de cada uno de los contenidos, que pueden presentarse en forma de noticia, reportaje, entrevistas, crónicas...

El tipo de profesional que se encarga de realizar la información, si se trata de un experto en la materia, periodista especializado, o, por el contrario, es información sin firma, que no tiene delimitado quién la realiza... Son algunos de los aspectos fundamentales a tener en cuenta para poder concluir si estamos, o no, ante información especializada y de calidad.

Relacionado con el análisis de contenidos, la tercera parte del análisis, se centra en aspectos también más concretos, enfocados a estudiar el **lenguaje** de dichos contenidos.

Para poder delimitar la calidad real de los contenidos que interesa conocer en el actual estudio, es necesario establecer, no únicamente cuestiones referentes a la presencia, sino también a aspectos como el cuerpo en sí del contenido.

Para ello, se va a realizar un análisis centrado concretamente en los diferentes fragmentos de texto de los elementos en cuestión, con el averiguar los elementos de análisis del lenguaje y las cuestiones semánticas que aparezcan y que están clasificadas en el correspondiente **Libro de Códigos**.

Analizar el lenguaje, mediante el que se expresan las noticias, reportajes o entrevistas referentes a contenidos culturales, permite delimitar la existencia o no de información especializada, puesto que deja entrever a quién va dirigida esta información.

Los tipos de expresiones, tiempos verbales, especialización o generalidad en las expresiones, permiten establecer un estudio exhaustivo de todo lo que se desea transmitir mediante una información y qué tipo de público es su principal destinatario.

Un público concreto, formado o especializado en la materia al que se le puedan ofrecer contenidos con un cariz algo más concreto o, por el contrario, un público general que busca un tipo de información funcional y liviana que le responda las cuestiones de información que esperan en ese momento.

Con el fin de aproximarse a todas estas cuestiones mencionadas, como en todo análisis de contenidos que se precie, es necesario delimitar las categorías, conforme se recoge en la tabla previa, que posteriormente se van a clasificar en torno a un libro de códigos¹⁴⁵.

La codificación de la muestra obtenida es un paso fundamental del trabajo de investigación, ya que nos permite, tanto a nosotros como a otros expertos investigadores, poder establecer las categorías pertinentes, identificarlas y conocer la existencia de determinados aspectos interesantes dentro del estudio de las muestras de registro.

Todo este procedimiento, esencial en todo análisis de contenidos, hace que la fórmula planteada para el análisis de contenidos suponga una forma de trabajo concreta y exhaustiva. Algo que quedará reflejado en los resultados y las conclusiones del análisis diario para corroborar o negar la hipótesis que vertebra este estudio.

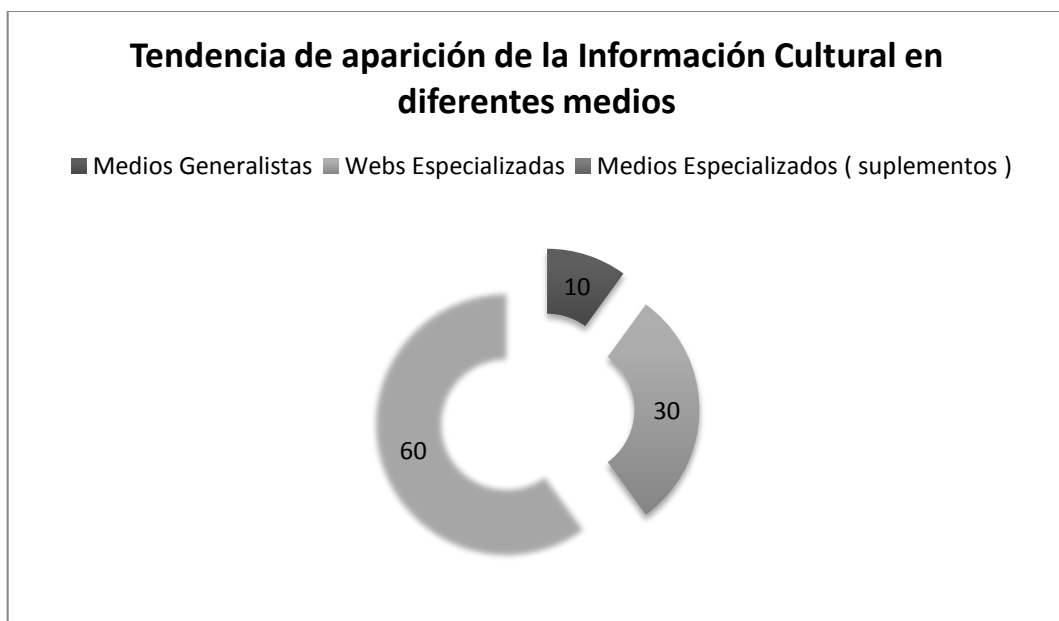
¹⁴⁵ **ANEXO:** II. Libro de Códigos referente a las categorías utilizadas para el análisis de contenido de medios digitales. Página. 292

3.1.3.4 Conclusiones del análisis

En este último apartado de la metodología, referente al análisis de contenido, se esbozan las primeras conclusiones producto de la observación directa y de la comparación de las gráficas correspondientes acerca de la información cultural encontrada en los medios.

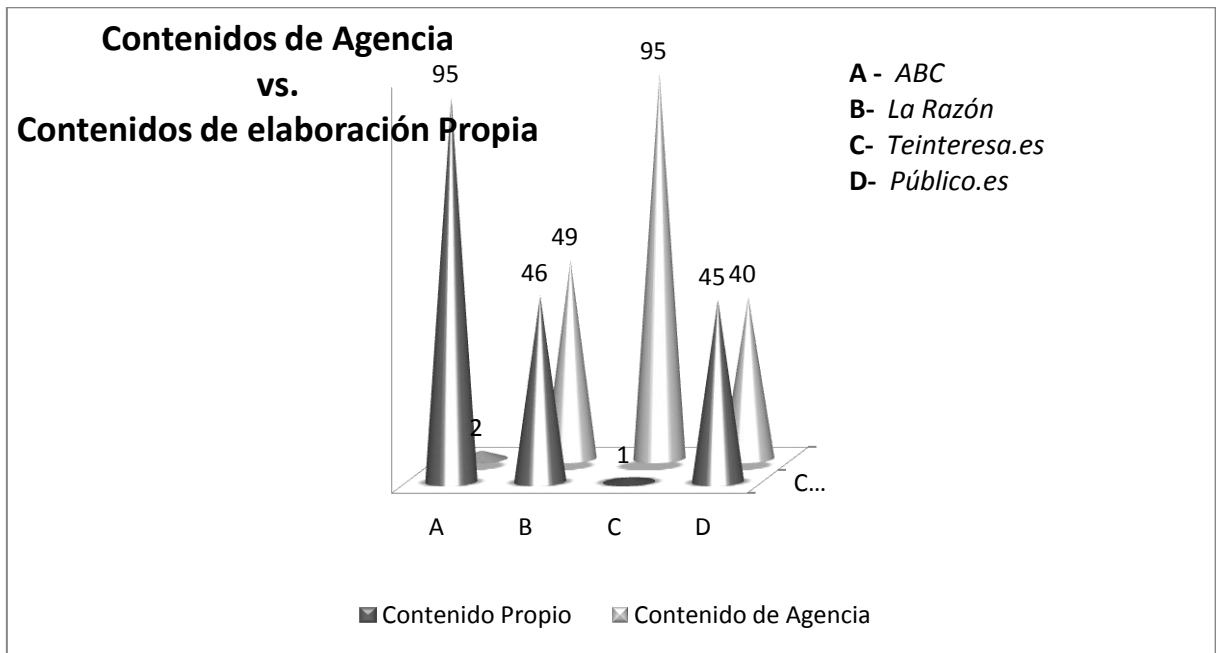
En primer lugar, comenzando por las conclusiones más generales, hay que analizar por separado las tendencias y funcionamiento de cada uno de los grupos de medios a la hora de referirse a cultura, como muestran las gráficas pertinentes¹⁴⁶.

Siguiendo todos y cada uno de los parámetros de análisis establecidos, así como las categorías pertinentes, se puede aseverar que existen una serie de elementos clave para afirmar que el máximo grado de información cultural especializada, a pesar de contar con una presencia abatida en los medios digitales, sigue apareciendo mayoritariamente en los medios de carácter clásico, conocidos como los **suplementos impresos**, como es el caso de *Babelia* o *El Cultural*, que han trasladado su imagen a la red.



¹⁴⁶ ANEXO: V. Gráficas resultado del análisis de contenido de los diferentes grupos de medios analizados. Página. 309

En lo que respecta a los **medios generalistas**, las grandes cabeceras de información general, cuyo tratamiento a la cultura se centra en una sola sección, tienen la tendencia, o bien, a elaborar contenidos propios o a tomarlos de agencias, pero siempre adaptados a las exigencias de la red.

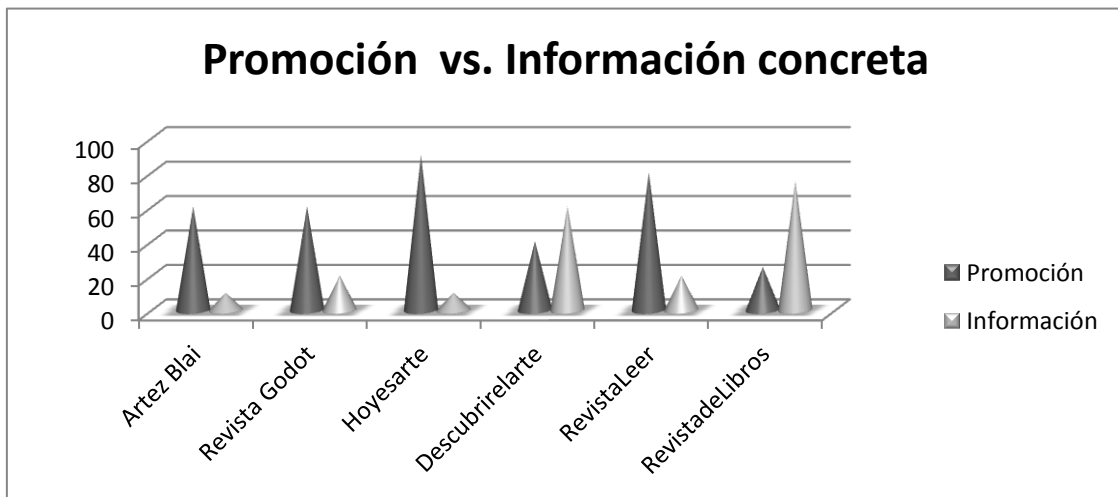


Es decir, ofrecen una serie de contenidos sencillos con el fin de poner en manos del público lo que realmente demanda de Internet, información básica, con la sencillez y celeridad que esperan de la red.

Frente a la idea que podíamos tener de que la Información que ofrecen las **páginas web especializadas** en cultura serían el medio más proclive a ofrecer calidad, profundidad y especialización, los resultados de los medios analizados nos demuestran una tendencia que requiere de matices a la hora de establecer esta afirmación.

¹⁴⁷ ANEXO: V. Graficas resultado del análisis de contenido de los diferentes grupos de medios analizados. Página. 309

Estos medios presentan cierta predisposición a seguir la línea general de aproximarse a ofrecer contenidos mucho más superficiales, en lo que a profundidad se refiere, por tanto, mucho más próximos a los elementos clave para la comunicación en Internet y para el público que la recibe, como son la promoción, la sencillez y la celeridad a la hora de recibirlos y comprenderlos.



148

Sin embargo, un aspecto a recalcar dentro de la presencia de las páginas Webs especializadas es que existen variedad de medios y variedad de funcionalidad en los mismos, de forma que, a pesar de moverse dentro de intereses similares, conducentes a la promoción y sencillez, hay ciertas matizaciones.

Si bien, encontramos páginas muy concretas, dirigidas a la promoción y compra de espectáculos, también vemos como se abre cierto espacio a la visión especializada de los profesionales en cultura. Aunque todavía a un nivel muy escaso y con una visibilidad insuficiente dentro del cómputo general de los medios.

Así, como ya señalábamos en los puntos teóricos pertinentes al análisis de contenidos, a través de la concreción de parámetros como el espacio, el tiempo o la

¹⁴⁸ ANEXO: V. Graficas resultado del análisis de contenido de los diferentes grupos de medios analizados. Página. 309

funcionalidad de los medios analizados, podemos establecer una serie de afirmaciones que nos permitan corroborar los datos analizados.

Aspectos que se reflejan en las diferentes gráficas resultantes, incluidas en el anexo del presente estudio, que responden a todo tipo de cuestiones planteadas ante los medios estudiados y que nos aportan una visión más exhaustiva y aproximada de la realidad mediática.

Por tanto, a parte de las generalidades mencionadas, existen una serie de elementos cuyo análisis supone la línea adecuada para discernir entre contenidos superficiales y contenidos más próximos a la calidad o profundidad de la información.

Elementos clave a tener en cuenta como el origen de los contenidos, la frecuencia de actualización de los mismos, la firma de las noticias o el volcado de los contenidos principalmente¹⁴⁹.

De forma que, si avanzamos hacia unas conclusiones mucho más concretas y específicas, podemos mencionar los rasgos a destacar de cada uno de los medios seleccionados y nos permiten esclarecer su línea de trabajo entorno a la información cultural.

En lo que respecta al origen de los contenidos, es destacable el uso que determinados medios hacen de las agencias de Información para nutrir gran parte de sus secciones de cultura.

Mientras que, por el contrario, existe otro amplio grupo de medios que destacan por ofrecer contenidos que elaboran ellos mismos y que, por consiguiente, suelen responder a unas características mucho más próximas a la calidad informacional.

En lo que respecta a medios de carácter tradicional y generalista, cabeceras como *ABC* o *La Razón* tienen un espacio destacado a la hora de hablar del uso de agencias de información para realizar sus contenidos.

¹⁴⁹ Estos elementos son algunos de los más destacados que forman parte de una larga lista de categorías distribuidas en nuestro análisis diario de medios, con el fin de poder delimitar si realmente estamos hablando de medios que otorgan un lugar destacado a la información cultural o no,

Mientras que el caso de *ABC*, es cierto que podemos señalar que el uso de agencias es ínfimo, hay que recalcar que es existente, es decir, como resultados numéricos supondría menos de un 5% de las noticias puesto que la gran mayoría son contenidos propios.

Sin embargo, en el caso de *La Razón*, el porcentaje se incrementa en favor de los contenidos procedentes de agencia, por tanto, encontramos una página de cultura elaborada prácticamente en su totalidad por contenidos firmados por agencias, mientras que los contenidos propios son apenas una o dos noticias.

Por otro lado, en cuanto a las cabeceras digitales, el porcentaje mencionado sigue la misma línea, mientras *Teinteresa.es* ofrece todos sus contenidos procedentes de agencia, el diario *Público* intenta aunar este tipo de noticias con las de producción propia, aunque hay que recalcar que no es un diario con demasiada cantidad de información cultural.

Así, concretamente en el caso de *Teinteresa.es*, a pesar de ser un medio con calidad informativa en general, en lo que respecta al ámbito cultural, podemos decir que no se trata de un medio que dé un trato adecuado o en profundidad a la cultura.

A pesar de ser medios que actualizan sus contenidos culturales diariamente¹⁵⁰, lo hacen utilizando como fuentes las agencias de Información, por tanto, no se puede decir que los contenidos sean extremadamente especializados o profundos, teniendo en cuenta que las agencias de Información elaboran contenidos generales para multitud de medios.

En lo que respecta a otro eslabón de los medios estudiados, tanto *Babelia* como *El Cultural* son los puntos de inflexión que rompen la línea creada por el resto en cuanto a ofrecer contenidos externos.

Ambos se centran en los contenidos propios, elaborados por los profesionales del medio, en gran medida, firmados por ellos y normalmente con un seguimiento y una profundización que se escapa en diferentes cabeceras.

Por tanto, podemos concluir que la calidad de la información, en cuanto a cercanía, proximidad y seguimiento inclina la balanza hacia los medios especializados, conocidos

¹⁵⁰ En el caso de *Teinteresa.es* es diariamente, mediante las notas de prensa de Agencias, mientras que en el caso del diario *Público*, la actualización se queda limitada a algunos días en los que pueden surgir temas importantes, pero no es una actualización diaria por defecto.

previamente como suplementos de cultura, que pasan a tener presencia en internet a través de espacios concretos.

Sin embargo, dentro de este apartado, también es necesario dejar constancia de la forma en la que alguno de estos medios tiene presencia web, es decir, como en el caso de El cultural, suplemento de cultura del periódico El Mundo, destaca el volcado de contenidos que realizan desde la versión impresa a la digital.

Esto quiere decir, que los contenidos que el medio produce en general son los elaborados pensando en su publicación en el medio impreso, publicados en la fecha concreta del suplemento y que posteriormente vuelcan en la página web.

Lo cual nos lleva a suponer que la importancia máxima de sus contenidos es la edición impresa, que los contenidos digitales quedan relevados a ser, en algunas ocasiones un mero calco de los contenidos ya publicados¹⁵¹.

Por otro lado, aquellos medios que en este análisis hemos catalogado en un tercer eslabón de especialización, en los que incluimos las páginas webs especializadas, como es el caso de *Hoyesarte.com*, *Revista Leer*, *Artez Blai*... podemos decir que, en general, no existe la tendencia de ofrecer contenidos de agencia sino de ofrecer contenidos de elaboración propia.

Esto nos lleva a señalar algunas de las cualidades que encontramos en estos medios y sobretodo en sus contenidos, de forma que podamos definir la fórmula con la que ofrecen la información y la imagen que le están otorgando a la cultura en Internet.

Si bien hablamos de contenidos propios, también debemos calificarlos, como norma general, como contenidos superficiales, es decir, que se centran en aquellos elementos que realmente no profundizan sobre el evento, fenómeno o realidad cultural, sino que se quedan relegados a un primer contacto con la información.

¹⁵¹ Esta tendencia de volcado de contenidos que hemos podido vislumbrar sobretodo en El Cultural, se centra en los días en los que sale publicado el suplemento en papel, posteriormente se adaptan los contenidos de la web a estos contenidos y se avisa al lector de que son contenidos que proceden de la edición impresa. No es una tendencia general, sino una tendencia que ocurre en algunos contenidos de los que se han publicado en el suplemento físico.

Un primer contacto en el que se ofrece la información necesaria, como pueden ser la sinopsis, los protagonistas, el lugar donde se celebra y el posible enlace con la opción de compras de entradas, como es el caso de *Hoy es arte*, *revista Godot* o *revista leer*.

Sin embargo, como mencionábamos, a pesar de tener una tendencia clara en cuanto a la elaboración de contenidos mucho más livianos y funcionales para el lector, también algunos medios ofrecen determinados espacios destinados a la profundización o crítica de profesionales.

Así, a pesar de estar ante unos medios en los que prima la promoción de eventos culturales, con la calidad y características que esto supone para los contenidos que ofrecen, es cierto que existe determinada tendencia de alguno de ellos a ofrecer contenidos propios y críticos.

Información en profundidad que complementan, bien con crónicas personales o bien con reportajes multimedia que hacen que estemos ante un tratamiento de la información completamente diferente y mucho más específico.

Es el caso que podemos observar en páginas como *Descubrir el arte* o *Revista de Libros*, que son dos de los medios en los que han logrado prácticamente compaginar los tipos de contenidos.

Sin embargo, la consideramos una tendencia que todavía florece tímidamente en todos los medios mencionados a través de pequeños espacios destinados a blogs de profesionales, a los que no se les da tanta promoción o tanto seguimiento como al resto de contenidos, mucho más superficiales y a su vez demandados.

Bajo esta categoría de análisis, debemos hacer una mención específica a *Hoy es arte*, página web que se define como portal digital de información cultural, cuya tendencia prioritaria es a ofrecer contenidos livianos, es decir, aquellos en los que ofrecen al lector los datos básicos sobre el evento cultural.

Sin embargo, a medida que avanzamos en su estudio, hemos ido vislumbrando como paulatinamente van incorporando contenidos diferentes y mucho más extensos sobre la cultura.

Es decir, contenidos que en general responden como reportajes multimedia en los que aúnan contenidos visuales con entrevistas, crónicas de los eventos u otro tipo de datos que hacen que estemos ante un tratamiento de la cultura mucho más fructífero.

Contenidos que todavía no inundan la generalidad de la página pero que van demostrando cierto cambio en la tendencia al tratamiento de la información sobre los diferentes eventos artísticos.

Así, a modo de cómputo de todas las tendencias e ideas que hemos resuelto del análisis de contenidos realizado, podemos asegurar e ir imprimiendo unas afirmaciones que ya teníamos claras al inicio de este trabajo y que la realidad no ha hecho más que reafirmar.

Según el grupo de medios en el que nos adentremos, las características de la información pueden variar o centrarse en uno u otro aspecto primordialmente, pero, en general, las líneas de seguimiento de la información cultural son claramente tendenciosas hacia los contenidos elaborados para Internet.

Contenidos con cualidades propias de la Sociedad Red, que hacen que nos encontremos con unos efectos pertinentes para la cultura, ya que la convierten en un fenómeno visto desde el prisma de la información digital, de rapidez, sencillez y promoción que se buscan en Internet para aproximarse al público.

En definitiva, la suma de todos los resultados obtenidos y su visión estructurada en gráficos, nos permite comprobar de primera mano el tipo de información existente y así establecer una serie de conjeturas finales, como las siguientes:

- **La información especializada en cultura** pierde presencia en Internet puesto que todos los medios que informan de ella se centran en las características informaciones de la red (sencillez, superficialidad, celeridad)
- Dentro de los medios que hablan de cultura en internet, los que más ahondan en ella y apuestan por su calidad, siguen siendo los medios clásicos, como es el caso de los **suplementos culturales**.

- Los **medios que se definen como especializados en Cultura** dentro de la red, tienen una tendencia clara y prominente a la promoción y venta de actos.
- Los **medios generalistas**, con presencia en Internet, ofrecen información cultural mediante noticias fruto de agencias de información o noticias propias sin ningún tipo de seguimiento o profundidad.
- El papel del **periodista especializado** cada vez más queda enmarcado en espacios más personales, véase los blogs, tanto en medios especializados como en páginas web concretas.

3.2 El Método Delphi

3.2.1 Definición y antecedentes

El método Delphi¹⁵², comúnmente conocido como el sondeo de expertos, se define como una nueva fórmula dentro de las metodologías de investigación, que a su vez, se enmarca en las técnicas cualitativas de análisis y previsión.

Se considera un método prospectivo, ya que permite analizar las consecuencias inciertas que se pueden originar en diferentes campos o ámbitos, como el social, económico, político, etc., a través de la recogida de información subjetiva, en forma de opiniones personales y profesionales de un grupo de expertos previamente seleccionado y estudiado.

A la hora de ofrecer una definición científica sobre el método, son muchas las voces de expertos en la materia que nos aproximan a una forma concreta de entenderlo, en este caso, hacemos referencia a la obra de Jon Landeta¹⁵³, en la que se define la mencionada metodología con las siguientes palabras:

“Método de estructuración de un proceso de comunicación grupal, que es efectivo a la hora de permitir a un grupo de individuos, como un todo, tratar un problema complejo”. (Listone y Murray: 1975:3 en Landeta: 1999: 32)

Es decir, el grupo de personas que participan en el método Delphi en cuestión debe ser seleccionado previamente y estudiado a conciencia, con el fin de conseguir las opiniones de profesionales y de personas relevantes en la materia, que realmente nos puedan aportar puntos de vista fructíferos sobre el tema a tratar, en este caso, la difusión de la cultura en las nuevas tecnologías.

¹⁵² El nombre que recibe esta novedosa fórmula dentro de las metodologías de investigación viene impuesta haciendo referencia a los oráculos que en la antigua Grecia el dios Apolo realizaba, de los cuales surge la mención **Delfos**, que más tarde será traducida. Sin embargo, el método Delphi como tal, comenzó a dar sus primeros pasos en la investigación como la comprendemos hoy en día alrededor de la década de los años 50.

¹⁵³ En la obra de **Jon Landeta** “*El método Delphi, Una técnica de previsión para la incertidumbre*” incluye la descripción de la metodología Delphi que se incluye en la obra de Harold A. Linstone y Murray Turoff, “*The Delphi Method. Techniques and Applications*,” Addison-Wesley, 1975, pp.3.

Hablamos así de un proceso sistemático e iterativo, que está encaminado a la obtención de opiniones diferentes y, si es posible, del consenso del grupo de expertos que participan, para a partir de los resultados obtenidos, establecer estadísticas y certezas sobre determinadas cuestiones.

A modo de referencia histórica, se puede decir que la utilización del método Delphi, dentro de las estrategias de metodología de investigación, no es muy lejana en el tiempo, puesto que se data como primera fecha de su aparición y utilización exitosa el año 1948, en torno al escenario de la *RAND Corporation*, centro de investigación de Santa Mónica, Estados Unidos.

Durante la década de los años 50 y 60, éste fue el centro de investigación donde se llegaron a desarrollar las nociones fundamentales del método, es decir, sus bases teóricas y los diferentes procedimientos metodológicos que son necesarios para que su aplicación llegue a buen término y se logren alcanzar resultados fructíferos.

Sin embargo, la mayor difusión del Delphi, como método de investigación completamente formado y con garantías de éxito, comenzó a finales de la década de los 60 y principios de los años 70.

Su utilización en el terreno de la investigación supuso un hito, el comienzo de una nueva etapa en la que sería el protagonista de las técnicas más novedosas de investigación cualitativa.

Así, por primera vez, la propuesta de Delphi alcanza esferas de utilización en torno a fines sociales, dejando atrás los fines políticos o militares, que eran los únicos para los que se pensó en su primera época, a principios de los años 50.

El poder establecerse de lleno como una nueva forma de análisis social, supone un punto de partida para este método de estudio, que en 1964 marca su inmersión exitosa en el terreno social gracias al estudio "*Report on a long-range study*"¹⁵⁴ de Gordon y Helmer,

¹⁵⁴ El estudio "*Report on a long-range study*" es elaborado en el año 1964 por dos profesionales de esta metodología de investigación como son Theodore Gordon y Olaf Helmer, su éxito y su marca como un punto de lanzamiento de la utilización del Delphi reside en la amplitud de los resultados que ofrecía, llegaba a contener pronósticos de descubrimientos científico-técnicos hasta más adelante del año 2000, además de contar para su elaboración con un amplio equipo de profesionales. Por tanto, esto hizo que la popularidad del Delphi creciese considerablemente y se situase en un puesto privilegiado de los métodos de investigación.

destacado por la importancia que obtiene en el momento de su realización y la amplitud de esferas sociales que aborda.

A partir del éxito que aporta la utilización del método Delphi, para abordar este estudio y para conseguir resultados con tal nivel de prospección, el sondeo de expertos comienza a extenderse a otros ámbitos de actuación.

Comienza a verse como un instrumento de utilidad en la previsión tecnológica, para la toma de decisiones empresariales en situaciones de incertidumbre o para la evaluación de complejos problemas sociales.

A pesar de comenzar limitando sus usos como método de investigación a unos fines militares estadounidenses, los innumerables éxitos que le acompañan le permitieron irse ampliando a ámbitos como la tecnología, la sanidad, la empresa, el sector público y hasta la psicología.

A nivel internacional, el método Delphi ha logrado imponerse como uno de los métodos de investigación punteros en materia de previsiones tecnológicas, con la finalidad clara de establecer pronósticos sobre posibles futuras inversiones o análisis de posible impacto social y económico.

En lo que respecta a los países en los que se implementa, destinos como Alemania, Estados Unidos, Francia o Inglaterra son algunos de los principales testigos de sus primeros éxitos en diferentes esferas de estudio.

Sin embargo, la localización por excelencia a la que se vincula el éxito del método Delphi es Japón, donde se impone como la fórmula metodológica por excelencia alrededor de la década de los años 70.

En la implantación de estos estudios, de carácter sistemático sobre todo en materias como la tecnológica, el país nipón persigue un fin prospectivo con el cuál obtener el mayor número de información posible sobre el futuro de su propia sociedad y del uso que la misma hace de los desarrollos tecnológicos del país en un periodo de tiempo a medio o largo plazo.

De forma que, podemos decir que centran la utilización del Delphi como un método de investigación que les permitiese obtener principalmente informaciones relevantes en diferentes campos de referencia, como son la política, la ciencia o la tecnología.

En lo que respecta a la expansión internacional del medio metodológico, si nos centramos en un nivel más próximo a nuestra realidad, dentro del terreno nacional de España, se puede asegurar que el método de sondeo a expertos fue más tardío en imponerse como una de las estrategias más utilizadas para alcanzar datos relevantes de carácter prospectivo.

Concretamente, fue a finales de la década de los años 90, cuando el Delphi logra hacerse un merecido espacio dentro de la investigación española y aparece como una de las fórmulas de estudio de referencia aplicadas para obtener datos relevantes en torno a la Sociedad de la Información¹⁵⁵.

3.2.2 Consideraciones metodológicas sobre el método Delphi

Una vez determinado el origen y definición teórica de lo que comúnmente denominamos como método basado en el sondeo de expertos, se pueden evaluar en las características y particularidades del método.

Aquellos aspectos trascendentales que, aparte de caracterizar al Delphi, nos llevan a seleccionar su fórmula de estudio como fórmula de investigación cualitativa de referencia para el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

Una técnica de investigación cualitativa se define como aquella que cuenta con una serie de condiciones que nos permiten analizar diversos procesos de cambio a lo largo del tiempo, por tanto, se convierte en una base fundamental del presente estudio.

¹⁵⁵ **Los informes procedentes del Observatorio de Prospectiva Tecnológica Industrial (OPTI, 1999 – 2001)** nos informan de los diferentes estudios existentes, como son “La Construcción de la Sociedad en España, presente y perspectivas 2001 – 2005” o el “Estudio sobre nuevos perfiles profesionales en la Era del Conocimiento”, promovido por el Consejo Económico y Social VASXO (CES, 2004). Estos dos estudios fundamentados en el método Delphi y referidos a la materia sociológica y comunicacional, son algunos ejemplos esenciales de la presencia del Delphi en la investigación española.

Dado el sentido de esta investigación, en la que nos remitimos a analizar la evolución del tratamiento hacia la cultura en los diferentes medios de comunicación a partir de la llegada e implantación de las nuevas tecnologías.

La selección del método Delphi, dentro del amplio abanico de métodos de investigación cualitativa que existen, responde a las particularidades que éste ofrece y que se ciñen a la perfección a las características necesarias para estructurar el presente estudio prospectivo.

Así, nos referimos a todas las características con las que cuenta, que nos aportan un sinnúmero de ventajas y diferencias frente a otras técnicas grupales de investigación mediante los siguientes puntos:

- El anonimato permanente de los participantes:

Dentro de toda investigación de origen comunicativo, una de las cualidades fundamentales a tener en cuenta es la privacidad de los procesos de respuesta, en este sentido, el método Delphi garantiza el anonimato de sus participantes para evitar la posible influencia entre ellos al conocer otras respuestas y la variación de los resultados finales que esto pudiese producir.

Las restricciones a la hora de dar a conocer datos concretos, como el número de participantes o el nombre de los expertos seleccionados, es una forma de asegurar que las opiniones que éstos aportan a nuestro estudio sean completamente libres, sin posibles abstenciones producidas por las inhibiciones de otros participantes.

- La retroacción o *feedback* controlado de los participantes:

Una de las particularidades del Delphi es su carácter **iterativo**¹⁵⁶, puesto que los expertos emiten diversos juicios a lo largo del proceso de investigación, normalmente conformado por varias fases en las que se difunden cuestionarios diferentes.

¹⁵⁶ Podemos definir el Método Delphi como **iterativo**: Es decir que permite o conlleva una acción repetitiva. En el sentido en el cual lo utilizamos, permite que los profesionales que forman parte del estudio reafirmen todas sus ideas y opiniones mediante las diferentes rondas en las que son protagonistas de las cuestiones planteadas.

Esta existencia de sucesivos cuestionarios es fructífera, en el sentido de que permite al participante poder convergir en su opinión o, por el contrario, discernir sobre ella y aportar nuevas líneas de pensamiento al estudio, ya que cuentan con la posibilidad de reflexionar sobre el tema presentado.

En este ámbito de características, otro de los puntos fuertes del sondeo de expertos se centra en su retroalimentación que permite para el investigador contar con un amplio número de participantes.

Es decir, le lleva a confiar en que los resultados obtenidos siempre van a ser más aproximados a la realidad si proceden de un grupo¹⁵⁷, que los que procedan de un único individuo.

Además, una de las fórmulas de trabajo que surgen a partir de la aplicación de dicha metodología es la retroalimentación o *feedback*, mediante el cual tanto el investigador en cuestión como los expertos están informados en todo momento de la posición general hacia la que se va aproximando el estudio y las conclusiones que se van vislumbrando.

El fin de esta particularidad del trabajo radica en que los profesionales en cuestión conozcan los fines de su colaboración y logren sentirse parte activa del proceso, y que además puedan aportar información adicional que nos suponga una forma de avanzar o delimitar más nuestro estudio.

- Poder tener una respuesta estadística del grupo

El hecho de utilizar una metodología como es el sondeo de expertos, que nos permite elaborar a posteriori ciertas estadísticas de resultados grupales, no significa necesariamente que los resultados estén encaminados al consenso, sino que, por el contrario, perfectamente pueden mostrar la existencia de una dispersión en torno al tema en cuestión y las diferentes opiniones de expertos.

¹⁵⁷ Un grupo de participantes, expertos en la materia, previamente estudiado y seleccionado a conciencia a partir de una serie de cualidades y especialidades personales de cada miembro supone para el estudio una fórmula exitosa con la que se cubren diversas aristas de pensamiento, que quedarían reducidas si la metodología seleccionada únicamente se estructurase en torno un profesional o a un único ámbito de presencia.

El interés real de establecer una respuesta estadística se centra en conocer exactamente en qué grado de consenso o distensión se encuentran nuestros expertos respecto a un mismo tema desde diferentes perspectivas.

Todas estas características, que fundamentan el método Delphi, son las que nos han encaminado a seleccionarla como método de estudio, puesto que la trayectoria que ha seguido como metodología nos ha permitido calificarla como un sistema de análisis más que óptimo.

Concretamente, en los primeros tiempos de su aparición como fórmula de estudio en la sociedad, los historiadores eran conscientes de la escasa existencia de métodos de investigación positivista que fuesen óptimos, funcionales y pudiesen aplicarse a las ciencias sociales, lo cual les llevó a volcarse en la novedad del Delphi.

Helmer, como uno de los mayores estudiosos de la materia, fue considerado el responsable del éxito de este tipo de estudios por su amplitud de campo y la prospección que eran capaces de ofrecer en sus resultados.

Consiguió establecer unas bases sólidas, sobre las cuales elaborar la nueva fórmula metodológica de recopilación de juicios subjetivos de expertos en la materia estudiada. Estas pautas se convierten en esenciales, en tanto en cuanto, aseguraban que existiese en los resultados la pericia de los profesionales en material social.

Es decir, fomenta que la investigación se centre en la correcta selección de los participantes del Delphi, una elección de carácter exhaustivo hacia las personalidades que realmente controlasen a fondo y de forma profesional el ámbito de estudio.

De esta forma, gracias a las implantaciones de Helmer como estudioso, se asegura que los resultados o las contribuciones que se alcancen sea predictivas extrínsecas, de carácter novedoso, o intrínsecas, referidas a las normas, leyes o teorías que ya son patentes y existentes en el ámbito a estudiar.

Así, en definitiva, teniendo en cuenta todas las cualidades y características que aporta, mediante diferentes análisis y cuestionarios, podemos definir la utilización del método Delphi, como una forma de acceder a un estudio cualitativo que nos lleva a descubrir nuevas realidades, comportamientos inesperados y al mismo tiempo, alcanzar alternativas explicativas innovadoras.

El análisis Delphi puede ser utilizado para dos objetivos fundamentales (Dalkey y Rourke, 1971)¹⁵⁸:

- **Fines predictivos:** para obtener información sobre escenarios futuros. Es la utilidad más conocida puesto y es la que caracteriza al método Delphi como una técnica de previsión en condiciones de incertidumbre (Fildes et al, 1978).
- **Obtención de opinión** al requerirse información sobre un tema específico del que no se dispone de información previa. Esta aplicación es especialmente relevante cuando se carece de datos históricos, ya que permite recoger una amplia tipología de variables interrelacionadas (Gupta y Clarke, 1996).

3.2.3 Desarrollo de la investigación

3.2.3.1 Tipología de candidatos y ámbitos de estudio

La base fundamental de esta metodología de investigación cualitativa puede considerarse sencilla, puesto que se basa en la elaboración de una serie de encuestas y cuestionarios dirigidos a un número determinado de expertos.

El objetivo principal es que mediante su colaboración aporten opiniones y puntos de vista concretos sobre el ámbito específico que se estudie en cada momento. Sin embargo, la elaboración final de un Delphi correcto y fructífero es un tanto más laboriosa y compleja de lo que, a priori, puede pensarse.

Incluye aspectos como el hecho de delimitar a la perfección los expertos que formen parte del trabajo, es decir, aquellos que se encarguen de responder las encuestas enviadas.

Se trata de escoger profesionales que realmente puedan aportar una serie de visiones válidas para nuestro análisis, por tanto, que sean lo suficientemente conocedores del tema que abordamos.

¹⁵⁸ Dalkey y Rourke (1971): *Studies of life: Delphi and Decision - making*. En (Landeta 1999: 102)

De nada nos valdría que sus respuestas fuesen aleatorias y sin sentido, ya que se vería reflejado en unos resultados finales inconsistentes y poco fiables.

Desde este punto de vista, la selección de los ámbitos y de los profesionales de la materia principales en nuestro sondeo de expertos, es el punto fundamental para comenzar a trabajar.

Dentro del tema que vertebra esta investigación, centrada en la presencia de la cultura en el universo de internet, es necesario seleccionar diversos ámbitos relacionados, en los cuales escoger expertos a los que dirigir nuestros cuestionarios.

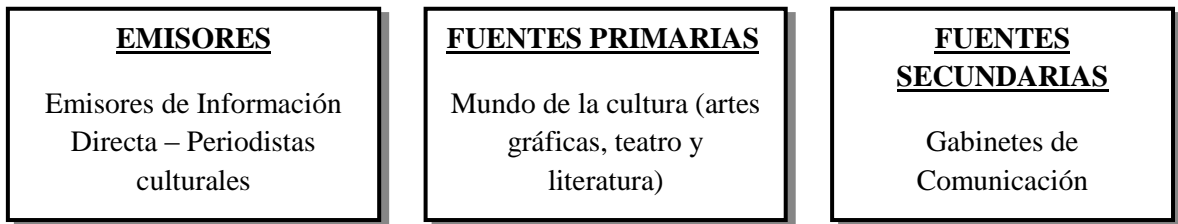
Por tanto, como primer paso para desarrollar el presente estudio Delphi, es necesario centrarse en determinar aquellas esferas de la cultura y de los medios digitales que nos interese estudiar.

Es decir, aquellos en los cuales podamos abarcar un número adecuado de expertos que aporten su visión esclarecedora acerca de la cultura desde diferentes puntos de vista y opiniones sobre el tratamiento de su contenido.

Con el fin de lograr diferentes opiniones que nos aproximen a todas las posiciones posibles frente a la temática planteada, tanto hoy en día como en un futuro, recalcando el aspecto prospectivo del análisis, seleccionamos expertos en torno a las siguientes fuentes de información¹⁵⁹:

- *Artistas* o protagonistas de la cultura
- *periodistas especializados* en materia cultural
- *Gabinetes de comunicación* de instituciones culturales.

¹⁵⁹ Como ya hemos mencionado a lo largo de la definición de una metodología de sondeo de expertos, forma común de conocer el método Delphi, una de sus particularidades más destacadas es la total privacidad y anonimato de los participantes. Por tanto, a la hora de llevar a cabo nuestra investigación únicamente vamos a dejar delimitados los ámbitos de actuación sobre los que hemos trabajado para seleccionar los expertos que han colaborado en esta investigación, pero en ningún caso sus nombres propios o cargos concretos, puesto que romperíamos con una de las características de la investigación Delphi que se ha ido esbozando desde el principio.



A la hora de seleccionar fuentes de Información nos centramos en tres ámbitos que nos permiten acceder a información de origen cultural desde diferentes perspectivas y, por tanto, ofrecen diferentes formas, lenguaje o niveles de cercanía a la hora de informar sobre el ámbito cultural.

Con la llegada de las nuevas tecnologías, todas estas fuentes de información han visto como su trabajo en torno a la cultura es afectado de una u otra forma por la imposición de la Sociedad Red, por tanto, es imprescindible conocer sus diferentes opiniones acerca del fenómeno.

- Los Emisores:

Hablamos de emisores de información para referirnos a los periodistas especializados en cultura, aquellos que nos ofrecen su visión particular sobre el fenómeno, suelen realizar contenidos mucho más ricos en información y dirigirse a un público más específico, aquel que busca ampliar sus conocimientos culturales.

Nos interesa su punto de vista como uno de los pilares fundamentales en el estudio, es decir, como protagonistas principales de la información que llega al público, es fundamental para nosotros conocer su trabajo en la red, cómo lo realizan, dónde y en qué aspectos consideran que la red fomenta o no la cultura.

En este caso, nos vamos a centrar en seleccionar cinco profesionales de la información cultural con presencia en diferentes medios digitales y amplia experiencia y conocimientos tanto a nivel periodístico como a nivel cultural.

Dado el carácter destacado de anonimato presente en todo método Delphi, no vamos a mencionar a los participantes que forman parte de las encuestas, sin embargo, sí

algunas de las cualidades a tener en cuenta para la elaboración de la lista concreta de profesionales.

En primer lugar, el aspecto básico a tener en cuenta es su profesionalidad en el ámbito cultural, concretamente en alguno de los ámbitos que fundamentan este estudio como son la literatura, el arte o las artes escénicas.

En segundo lugar, resulta fundamental que sean profesionales de la información digital, es decir, que desarrollen su profesión de alguna forma dentro de las esferas de la información digital, por tanto, que sean capaces de vislumbrar los factores que afectan a la cultura dentro de Internet, ya sean positivos o negativos.

Bajo estas cualidades, forman parte de nuestro estudio periodistas que realizan su labor cultural en medios generalistas, medios especializados, páginas personales, blogs...

- Las Fuentes Primarias:

En lo que respecta a las fuentes primarias, nos referimos al núcleo esencial al que poder acceder para obtener información cultural de primera mano, como son los protagonistas directos del fenómeno artístico.

Algunas de las figuras principales, que entran dentro del apartado de las fuentes primarias, son los considerados expertos en materia cultural como catedráticos en literatura, actores de teatro, artistas, escultores...

El porqué de la presencia de los protagonistas en cultura en este estudio, como fuentes primarias de información, responde ante todo al interés por conocer los medios con los que cuentan estos profesionales para difundir su información y a su vez informarse sobre cultura.

Debido a la importancia de acotar el estudio a un número determinado de personalidades, nos hemos centrado en seleccionar 5 nombres protagonistas en el mundo de la cultura, entre los que encontramos catedráticos de literatura, escultores, actores de teatro o escritores, con el fin de abarcar los tres ámbitos esenciales de esta investigación.

- Las Fuentes Secundarias

En este caso, como tercer y último apartado de profesionales protagonistas de nuestro sondeo de expertos, nos centramos en incluir en el método Delphi correspondiente, la presencia de las principales instituciones o centros culturales de la mano de sus directores de comunicación.

Así, abordamos algunos de los gabinetes de comunicación de diferentes centros culturales de importancia a nivel nacional, como pueden ser los gabinetes de comunicación de teatros, de museos o de diversas galerías de arte.

El interés y la intencionalidad que fundamenta el contar con la presencia de estos profesionales en el presente sondeo de expertos, se centra en poder conocer cómo se comunican estos centros con los medios de comunicación existentes, qué tipo de información ofrecen y cuál es la finalidad real de establecer determinados tipos de comunicación, entre otras diversas consideraciones.

3.2.3.2 Diseño del cuestionario Inicial¹⁶⁰

Una vez delimitados y seleccionados los ámbitos de estudio en los que vamos a centrar nuestro análisis y las diferentes fuentes de información que vamos a utilizar para poder aunar los profesionales en el ámbito cultural requeridos, pasamos a elaboración de los cuestionarios adecuados.

A la hora de diseñar los cuestionarios pertinentes del sondeo de expertos, es necesario tener en cuenta las diferentes categorías y fuentes de información de las cuales pensamos nutrir nuestros datos.

¹⁶⁰ **ANEXO: VI** .Método Delphi - Diseño de cuestionarios Iniciales. Página 316

Es decir, como bien se hacía referencia en el apartado anterior, vamos a estudiar de forma particular e independiente a los protagonistas de la cultura, los gabinetes de comunicación institucional y los periodistas especializados en la materia cultural, con lo cual, resulta fundamental obtener diferentes encuestas¹⁶¹ adaptadas a las necesidades de cada grupo de actuación.

No sería de gran utilidad elaborar un método Delphi en el cual las mismas preguntas sean respondidas por tres ámbitos tan diferentes de la realidad cultural, al menos en una primera ronda de preguntas, en las que buscamos aproximarnos de forma general a una realidad digital, puesto que seguramente, nos darían respuestas muy variadas y ubicarían el estudio dentro de un ingente ruido informativo que nos alejaría de las respuestas adecuadas.

Así, para lograr que el pertinente sondeo adquiriera un cariz experto y profesional, nos hemos centrado en una lista de profesionales de la información cultural variada en diferentes ámbitos hacia los que nos encargamos de elaborar una serie de cuestionarios específicos.

Para cada una de las fuentes de información es necesario delimitar una serie de cuestiones esenciales que se consideren fundamentales para conocer a fondo cada uno de los ámbitos profesionales.

En tanto en cuanto, no es lo mismo conocer la opinión de un periodista especializado en cultura, que puede realizar su labor profesional de forma particular, que el punto de vista que nos aporte el propio artista o el gabinete de comunicación particular de cada uno de los centros.

Así, el diseño de las cuestiones se centra en intentar guiar al encuestado hacia la situación de la cultura en Internet a futuro, es decir, teniendo en cuenta el carácter prospectivo de la metodología escogida, es fundamental que los protagonistas se sitúen en

¹⁶¹ Los cuestionarios que conforman el presente método Delphi, dadas las mencionadas necesidades de conocer la opinión y consideraciones particulares de cada uno de los diferentes grupos de expertos, se elabora en base a dos rondas de preguntas. La primera, como bien apuntamos en la citada explicación, con preguntas adaptadas a cada grupo encuestado, puesto que no resultaría de gran utilidad tener las mismas preguntas para diferentes grupos. Sin embargo, en una segunda ronda de preguntas, la motivación de las mismas es diferente, es decir, se trata de un cuestionario mucho más estricto y concreto en el que buscamos aproximarnos a corroborar una serie de hipótesis y objetivos, con lo que sí se repiten algunas cuestiones con el fin de corroborar o rechazar algunas afirmaciones que extraemos de los resultados y que trasladamos como ideas clave para nuestras conclusiones.

un futuro a medio - largo plazo para poder conocer las tendencias hacia las que consideren que avanza la información cultural en la red.

Como una forma de ubicación de cada uno de los encuestados, les planteamos la necesidad de que se ubiquen en un tiempo futuro determinado de 10 años en adelante.

Establecemos las preguntas referidas a una realidad digital que nos rodeará alrededor de 2025 con la intención de que reflexionen sobre las tendencias hacia las que avanza la red y la información cultural a la que podamos acceder a través del universo digital.

Así, con una ubicación espacio temporal establecida, presentamos un cuestionario de forma digital, apoyado por una herramienta de encuestas online¹⁶² que nos permite el envío automático de preguntas a cada uno de los encuestados, grabar las respuestas y posteriormente evaluar de forma generalizada las tendencias hacia las que se encamina cada uno de los sectores encuestados mediante gráficos de resultados.

Una fórmula que nos facilita el trabajo de recopilación de respuestas y elaboración de informes finales para observar las líneas de opinión de cada uno de los expertos en cada una de las rondas establecidas.

El cuestionario presentado en general, en lo que respecta a las preguntas planteadas para cada uno de los sectores, se establece en dos rondas en las que seguimos diferentes motivaciones de estudio.

En lo que respecta a las fechas establecidas para realizar el presente sondeo de expertos, nos centramos en un lapso de tiempo de tres a cuatro meses desde finales de 2014 hasta principios de 2015, contando con los periodos pertinentes desde que se envía una propuesta de participación en la encuesta a todos los expertos hasta que estos reciben en forma de conclusión unos gráficos finales con los resultados obtenidos de la última ronda de cuestiones.

¹⁶² **Survey Monkey** [<https://es.surveymonkey.com>] Servicio de creación de encuestas online que nos permite el envío directo de preguntas, recopilación y análisis de las respuestas así como creación de gráficos con los resultados más destacados.

Así, una primera ronda de preguntas, definida por un carácter más exploratorio, se basa en recabar información de carácter más general y con cierta prospectiva de futuro, lo que nos permite una toma de contacto conceptual con la materia de estudio.

Estos primeros sondeos nos permiten conocer la opinión y la relevancia que tienen para los expertos determinados aspectos que, a raíz de la revisión bibliográfica y teniendo en cuenta los objetivos de nuestra investigación, consideramos que pueden ser significativos.

Con la idea de adentrarnos en un método de estudio Delphi más estricto y concreto, establecemos una segunda ronda de preguntas basada esta vez en cinco cuestiones mucho más concretas, en las que situamos a los expertos ante determinadas afirmaciones que deben corroborar o refutar para poder establecer una serie de conjeturas adecuadas y propias a nuestras líneas de estudio, objetivos e hipótesis.

Los resultados de una segunda ronda de cuestiones pueden variar respecto a los de la primera, negarse o, por el contrario, ratificarse, por tanto, es importante dar al encuestado la posibilidad de modificar su opinión al respecto y ofrecer determinados espacios en los que puedan expresar aquellos aspectos que consideren oportunos y fundamentales para apoyar sus respuestas.

En lo que respecta a los ítems principales en los que asentamos la encuesta, principalmente un primer sondeo de acercamiento a expertos, está diseñada en torno a diez puntos esenciales, líneas temáticas acerca de la realidad digital en general.

Ya que una segunda ronda de preguntas, como bien hemos reiterado a lo largo de la metodología, se perfila de cara a alcanzar varios puntos claros de opinión que estén directamente ligados a los objetivos planteados en el inicio del estudio.

Nos interesa, por tanto, saber de la mano de expertos si nuestra hipótesis es acertada, se corrobora con la realidad o, por el contrario, está alejada de la realidad digital actual y de la previsible a futuro.

Las respuestas obtenidas a varias preguntas establecidas en relación a estos ítems nos van a permitir, en primera instancia, alcanzar una visión aproximada de la realidad cultural que existe dentro de los medios digitales, tanto hoy en día, como frente a una línea evolutiva, de lo que se pronostica que exista en los próximos años.

Para ,a partir de ahí, poder establecer una serie de cuestiones concretas en un segundo cuestionario, que como bien mencionábamos en apartados anteriores, nos van a llevar hacia unas afirmaciones fundadas en el conocimiento experto de nuestros encuestados.

**ÍTEMS PRINCIPALES EN LOS CUESTIONARIOS DEL MÉTODO
DELPHI A EXPERTOS¹⁶³**

Identificar los aspectos en los que la comunicación digital ha modificado la información cultural	Ubicar la figura del periodista especializado en cultura dentro de la red
Conocer si Internet realmente fomenta nuestro conocimiento en materia cultural	Tipo de información cultural que demandará el público
Géneros periodísticos que primarán en Internet	Saber si Internet es actualmente (y será en un futuro) el medio de referencia para acceder a contenidos culturales
Qué medios digitales se consideran esenciales para la información cultural	Influencia que tendrá la información cultural en la sociedad
Posibles alternativas de comunicación para fomentar la visibilidad de la cultura en la red	Valoración de la importancia de diferentes medios para la difusión de Información

¹⁶³ ANEXO: VII. Gráficas resultado de Método Delphi. Página 329

3.2.4. Análisis y explotación de las Respuestas

La elaboración de un método Delphi que consiga alcanzar unos resultados fructíferos y logre situarnos de forma prospectiva en una visión sobre cómo se encontrará la cultura dentro de un determinado espacio de tiempo, requiere diferentes pasos de trabajo.

Una vez delimitados los dos primeros, como son la correcta selección de participantes y la correcta distribución de las encuestas y las preguntas entre ellos, el paso final del estudio, pero no por ello menos importante, es poder concretar todas y cada una de las opiniones.

Lograr traducir todas las respuestas, dentro de los diferentes ámbitos de profesionales y traducirlas en gráficas de resultados de las cuales extraer las afirmaciones que nos lleven a una conclusión adecuada.

Para ello, vamos a realizar dos rondas de preguntas, con el fin de ir acotando las ideas que nos aportan y la realidad de la cual nos documentan, de forma que cada vez nos hablen de una posible realidad futura más concreta y factible.

Una vez contabilizadas todas las respuestas y expuestas en porcentajes mediante gráficas, se podrán evaluar las diferencias y similitudes que encontremos entre la imagen que reciben de la cultura cada una de las aristas evaluadas y, a partir de ahí, establecer unas conjeturas generales a modo de conclusión del análisis o preguntas a expertos.

Los datos mostrados mediante resultados porcentuales y porcentajes nos permiten tener una visión mucho más esclarecedora y evidente de las tendencias de respuesta de cada una de las cuestiones.

En definitiva, la actual metodología utilizada se centra en dos pases de preguntas que se van a ir acotando y disminuyendo con el fin de afinar los resultados, es decir, alcanzar cierta línea de acuerdo o desacuerdo dentro de todas las respuestas de expertos que obtenemos.

El último paso de la elaboración del método Delphi no tiene porque corresponder con afirmar o corroborar la hipótesis de la que partimos, es decir, no se busca el consenso de los participantes como el culmen perfecto del sondeo.

Por el contrario, la conclusión perfecta del Delphi será aquella que nos permita aportar una serie de afirmaciones contrastadas sobre el ámbito a estudio, es decir, a partir de las diferentes rondas de preguntas, lograr alcanzar unos resultados fructíferos, ya sean en la línea esperada o en una línea completamente opuesta y en el camino del consenso o no.

Finalmente, los datos obtenidos, se van a compilar en una serie de gráficas de resultados que nos permitan observar las diferentes tendencias actuales y futuras hacia el ámbito en cuestión, en este caso, la cultura en realidad mediática digital.

3.2.5. Resultados del Método Delphi

En este apartado vamos a sintetizar todas las ideas fundamentales que hemos extraído de las dos rondas del sondeo de expertos realizado a los diferentes ámbitos existentes en materia cultural, como son los gabinetes de comunicación cultural, los periodistas especializados en cultura y, por último, los protagonistas del fenómeno cultural, es decir, artistas en sus diferentes vertientes; actores, escultores o catedráticos culturales.

El fin de compendiar estas conclusiones es poder estructurar aquellos puntos esenciales a los que nos encaminan las respuestas de los profesionales encuestados y determinar la situación de la cultura en el entorno de Internet actualmente, pero fundamentalmente en un futuro, teniendo en cuenta que estamos ante una metodología de carácter prospectivo.

Una vez obtenidas estas conclusiones, unidas a los resultados de nuestro propio análisis empírico, basado en la observación exhaustiva de diferentes medios de comunicación digital, vamos a alcanzar una serie de conjeturas finales encaminadas a corroborar o desechar las hipótesis planteadas desde un inicio, que suponen el hilo conductor de esta investigación.

Para poder aproximarnos de forma estructurada a las opiniones aportadas por todos los expertos y las líneas generales a las que nos llevan, nos vamos a centrar en discernir, en primer lugar, las conclusiones obtenidas en una primera ronda, mucho más extensa y particularizada a cada uno de los grupos de profesionales.

Esta división es fundamental para poder dilucidar las líneas generales y tendencias a las que nos encamina una primera ronda en cada uno de los ámbitos culturales encuestados, con carácter e intereses tan dispares en el mundo de la cultura, que deben ser estudiados individualmente.

Así, en ámbitos generales, es importante recalcar que la puesta en común de las opiniones de todos los expertos, en cada uno de sus ámbitos de origen, conduce a unas tendencias claras, enfocadas sobre la deficiencia de la imagen de la cultura en internet.

En primer lugar, en lo que respecta a los periodistas especializados en información cultural, considerados una fuente principal de información en la materia, destaca la noción que se tiene acerca de la labor del propio profesional.

Se considera que la figura del periodista especializado va a ser la fundamental a la hora de ofrecer contenidos culturales de calidad.

Por tanto, en un espacio planteado con visión prospectiva de unos diez años en adelante, **la labor de ofrecer información cultural será, en gran medida, un trabajo al que se dediquen los profesionales especializados**, como figura que va a conseguir tener una presencia importante y destacada dentro de este proceso comunicativo de información de calidad.

Desde este punto de vista y ante la evidencia de que Internet es y seguirá siendo una de las fuentes de información especial para el público, prima la idea de que la red de redes se va a convertir, no en la única, pero sí en una de las fuentes más importantes de información cultural, a la que el público accederá para encontrar contenidos culturales de su interés.

Para los periodistas especializados, la tendencia preponderante que tendrá el público, respecto a los contenidos que demande, será similar tanto en la cantidad de información especializada demandada como en lo que respecta a la información más funcional y próxima a los contenidos más promocionales.

Mientras que, si nos guiamos por la tendencia general que nos traen las respuestas de los tres ámbitos, **el interés del público va a ir encaminado directamente a los contenidos funcionales, que son los que ofrece Internet generalmente** y, por tanto, con mayor accesibilidad y visibilidad en la red.

Como dos tendencias paralelas, la demanda de información por parte del público junto a la visibilidad que se ofrece a un tipo concreto de contenidos, llevan a que los intereses del público estén directamente vinculados a los contenidos que les ofrece Internet y que no suponen para ellos ningún atisbo de complicación en cuanto a su acceso.

Por tanto, en lo que respecta a una realidad patente, en la que el público se aleja de la información cultural de calidad, se interesará por contenidos sencillos y funcionales, que son los que le ofrecen los medios generalistas, se recoge la evidencia de la necesidad de

fomentar la información cultural de calidad y, por tanto, especializada, en aquellos espacios concretos encargados de esta información.

Según la opinión de los expertos consultados, la tendencia hacia la que nos encaminamos, dadas las necesidades de comunicación cultural actuales, es hacia la información cultural de calidad en internet gracias a las páginas webs o espacios personales de periodistas especializados y artistas, en segunda instancia.

Espacios que se van a convertir en los espacios digitales donde mayor información cultural de calidad pueda encontrar el público.

Sin embargo, ante esta idea sobre una tendencia futura en la que, tanto periodistas como el resto de ámbitos encuestados, muestran opiniones equivalentes, se plantea una dicotomía, que intentaremos solventar mediante las cuestiones de una segunda ronda, sobre cómo alcanzar esta tendencia a partir de la situación real en la que la información cultural hoy en día.

Es decir, **las páginas web especializadas se convertirán en la tendencia de información especializada en cultura dentro del universo de internet**, sin embargo, tanto actualmente como previsiblemente, en un futuro las visitas del público se van a centrar en otros medios para recibir información.

Hoy en día, los medios que más visitas reciben por parte del público para informarse sobre cultura son los medios especializados clásicos, principalmente Babelia y El Cultural, seguidos por los medios generalistas, como *El país.com* o *El Mundo.es*, como los más utilizados para informarse acerca de temas culturales.

Como tendencia que engloba todas estas consideraciones, respecto a la imagen que se ofrece de la cultura de Internet, los tres sectores encuestados, ante todo el sector de los gabinetes de comunicación cultural, destaca por afirmar que, actualmente, la imagen que se ofrece la cultura en Internet no es un reflejo fiel ni adecuado a lo que debería ser.

Por tanto, por ende, en un futuro, la tendencia más evidente que se espera es que la información que se ofrezca sobre la cultura seguirá sin ser suficiente, sin ser la adecuada para un fenómeno del calado social que tiene la cultura.

En general, ante esta cuestión de si están satisfechos con la imagen que se ofrece de la cultura, la tendencia general de los tres ámbitos encuestados, gira en torno a la idea de que **no están ni estarán en un futuro satisfechos con la imagen que se ofrezca acerca de la cultura en Internet ya que tiende a ser insuficiente y a seguir los cánones y estándares que priman en la sociedad Red**¹⁶⁴.

Mientras la figura de los periodistas especializados, respecto a otro de los ítems importantes, relacionado a la imagen que se ofrece de la cultura y concretamente los contenidos al respecto que se encuentran, consideran que, en un futuro, la influencia de la cultura en la sociedad va a ser la misma que en la actualidad, es decir, no va a tener ningún cambio positivo o negativo en su importancia.

Por otro lado, la visión de los protagonistas de la cultura, curiosamente, nos aporta una de las perspectivas más óptimas acerca de la imagen que la cultura logre alcanzar en un futuro, ya que consideran que sí va a mejorar su estatus y, por tanto, va a significar un avance y un acercamiento óptimo por parte del público hacia la información cultural de calidad.

Opinión que, sin embargo, destaca por ser aislada dentro de la media obtenida, ya que, como hemos reiterado, en general en los resultados anteriores, una primera ronda de sondeo de expertos, nos vislumbra la idea de la insuficiencia de la presencia de la cultura en internet actualmente y ,como una tendencia similar, en una visión de futuro.

Es decir, una idea que avanza unida a la consideración de que los periodistas especializados se van a tornar en una figura esencial de información a la hora de ofrecer contenidos culturales de carácter especializado o de calidad¹⁶⁵.

¹⁶⁴ En este aspecto, cabe hacer mención a los datos estadísticos que podemos observar y corroborar en los gráficos referentes al análisis. Ya que a pesar de hablar de tendencias generales en cuanto al cómputo de los tres ámbitos. Los porcentajes de cada uno de los grupos, sobretudo en el caso de los protagonistas de la cultura ante la cuestión de la imagen de la cultura, aportan datos particulares, como es el caso de los protagonistas de la cultura, que con un 60% consideran que sí estarán satisfechos con la cultura (como respuesta aislada del resto de la media general de respuestas).

¹⁶⁵ Esta idea, de la importancia de la figura de los periodistas especializados para ofrecer información cultural de calidad en la red, no es una opinión particular de las respuestas obtenidas por los periodistas, sino que es una tendencia a la que podemos llegar desde las diferentes respuestas obtenidas. Si bien, la pregunta directa sobre esta cuestión se realiza a los propios profesionales, al resto de sectores se hacen preguntas relacionadas que, de igual forma, dejan patente que para que se pueda ofrecer una información de calidad, será necesaria la citada figura del periodista especializado.

Además va a ser necesario que, para poder mostrar estos contenidos, deban hacer uso de espacios propios, como pueden ser espacios personalizados o webs especializadas, dada la importancia de Internet como fuente de información.

Ante esta serie de ítems principales, extraídos de una primera ronda de opinión a expertos, surgen una serie de afirmaciones en las que profundizar y ahondar en una segunda ronda con cuestiones mucho más concretas acerca de la situación de la cultural

La idea, por tanto, es alcanzar a conocer las posibles soluciones o alternativas que los personajes del mundo de la cultura (protagonistas, periodistas y gabinetes de comunicación cultural) consideran oportunas ante la contrastada situación de una imagen de la cultura en Internet insuficiente y alejada de la información especializada de calidad.

En un futuro, la información que se ofrezca de cultura, seguirá sin ser suficiente, a no ser que se plantee y se lleve a cabo alguna alternativa de comunicación, para la que los ámbitos encuestados coinciden en potenciar la imagen de las páginas webs especializadas y la presencia de periodistas especializados que ofrezcan información que apoye a la cultura.

Así, una de las cuestiones que fundamentan esta segunda ronda y que consideramos uno de los pilares de la actual investigación, es obtener la línea de opinión experta acerca del acceso del público, en un futuro, a los contenidos referentes a la información cultural de calidad.

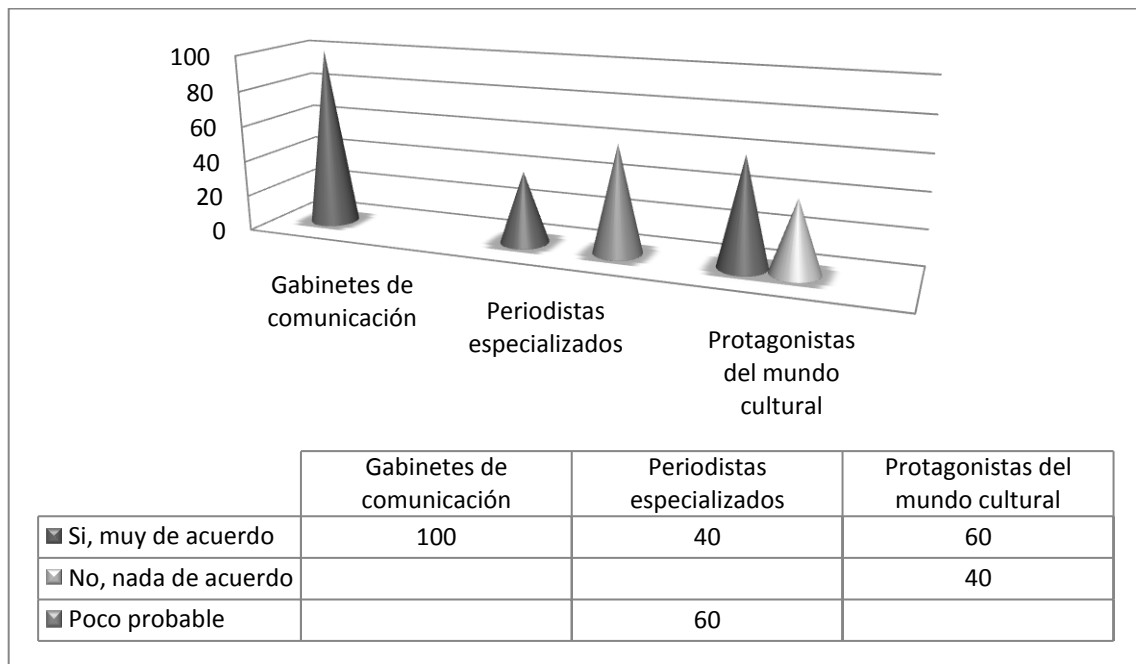
Dada la tendencia, evidenciada por los expertos, de que actualmente son los medios especializados clásicos o medios generalistas los que se encargan de ofrecer contenidos culturales más susceptibles de ser los más vistos por el público y teniendo en cuenta que estos son los encargados de ofrecer contenidos más livianos y superficiales.

Se plantea la cuestión de *¿Quedará el público alejado del conocimiento experto del ámbito cultural?*

Es decir, ¿Quedará eclipsado por los contenidos superficiales y se alejará de la información de calidad, en tanto en cuanto, estos contenidos aparecerán en espacios con peor accesibilidad y más desconocidos?

Hemos planteado esta cuestión a los diferentes profesionales y la línea de opinión que, prácticamente ha alcanzado unos datos bastante elevados por parte de todos los ámbitos, reafirma que efectivamente, **Internet va a provocar que el público se aleje de la cultura como fenómeno y se centre en su vertiente más próxima al entretenimiento.**

166



*Los datos recogidos en la gráfica recogen los datos en % de cada uno de los sectores encuestados.

Una situación para la que, en general, se plantea la necesidad de una alternativa como fructificar las tendencias que ofrece el mundo web gracias al cauce los nuevos espacios informativos especializados, donde aportar y lanzar información cultural más próxima a la especialización y calidad profesional.

¹⁶⁶ En este apartado es necesario volver a hacer mención de la opinión que los protagonistas del mundo de la cultura tienen al respecto, en las respuestas referentes a esta cuestión en concreto, las líneas de opinión son similares y poco alentadoras para la cultura en los tres sectores, sin embargo, la línea de los protagonistas de la cultura, dadas las respuestas que han dado en otras cuestiones anteriores, nos puede llevar a reiterar que son el sector de la cultura que más optimismo presenta acerca de la imagen de la cultura en un futuro.

Sin embargo, ante esta situación, se plantean una serie de problemáticas vinculadas, como son las preferencias actuales del público por los contenidos funcionales, que a su vez, suponen un alto porcentaje de los contenidos culturales que se encuentran en la red, para encaminar los intereses del público hacia estas páginas especializadas como fuentes de información especializada.

Por tanto, es necesario establecer una serie de pautas para avanzar en el camino de fomentar estas páginas webs especializadas en dos vertientes; conseguir que el público se interese en la información especializada que aportan y, a su vez, hacer que accedan a ellas como fuentes de información prioritarias en la red.

Así, se plantea la idea principal de fomentar la comunicación y la promoción de estos medios, pero también promover la educación entre el público, con el fin de hacer que valoren más la cultura.

Además de otra serie de ayudas que, aunque se consideran de menor relevancia, no dejan de ser importantes, como es el caso de las funciones económicas y profesionales, referidas al incremento de ayudas de financiación y de número de periodistas especializados que se encarguen de elaborar los contenidos concretos que difundan estos medios.

Como compendio de todas estas características y ayudas, tanto externas como internas, encaminadas a fomentar la información cultural de calidad en un futuro, podemos concluir que el trabajo restante, para que la cultura logre alcanzar la presencia adecuada en la red, es el fruto de la implicación de diferentes puntos de la sociedad como los poderes gubernamentales, los profesionales de la información y, en última instancia, el público, que debe recibir formación de base al respecto.

Por otro lado, en la senda de las propuestas o alternativas para la mejora de la figura de la cultura en la red, surge la idea de la que se hacen eco ante todo los protagonistas del mundo de la cultura, de **la necesidad de una fuente clara de comunicación cultural en los medios de comunicación de masas.**

Es decir, aparte de los beneficios obvios que se puedan encontrar en la red de redes, encuentran los medios de comunicación de masas (radio y televisión) como uno de los puntos clave para fomentar la educación del público, hacer que valore más la presencia de

la cultura y, al mismo tiempo, que se fomente la promoción de la misma, ofreciéndole más visibilidad a los espacios destinados a estos contenidos culturales.

Así, a modo de conclusión general y de reunificación de todas las claves que hemos ido esbozando en la metodología Delphi planteada a 15 expertos del mundo de la cultura, podemos establecer varias líneas claras que extraer como las conjeturas más importantes del sondeo de expertos, como las siguientes:

- La **tendencia futura para ofrecer información especializada en materia cultural serán las webs especializadas**, que van a necesitar una serie de ayudas para convertirse en fuentes de información prioritaria para el público.

Todos los pilares de apoyo se consideran necesarios e importantes, sin embargo, destacan como más importantes las siguientes:

Cómputo de resultados de encuestas a los tres ámbitos culturales (importancia de ayudas que deben recibir)

1.	Ayudas comunicativas
2.	Ayudas educativas
3.	Incremento de profesionales en Información cultural
4.	Incremento de ayudas económicas (fuentes de financiación)

- En un futuro y dadas las fuentes de información que va a utilizar el público para recibir información cultural, **va a ser alejado de la cultura por quedar relegado a los contenidos superficiales que le ofrece la red.**
- **El periodista especializado va a ser la figura fundamental** para informar sobre información cultural de calidad.
- En un futuro, la tendencia general es que los **contenidos culturales que reciba el público no van a ser suficientes** y, en general, los medios encuestados **no van a estar satisfechos con la imagen que se ofrece de la cultura en Internet.**
- Actualmente, **las fuentes principales de información en materia cultural son los medios especializados de carácter clásico**, entre los que destacan *Babelia* y *El Cultural*, seguidos de los medios generalistas como *El país* o *El Mundo*.

4. CONCLUSIONES GENERALES

En este último apartado de la investigación que nos compete, vamos a establecer una serie de conjeturas finales a las que nos ha conducido un proceso de trabajo basado en diferentes métodos de estudio, como es el análisis de contenido y el desarrollo de una metodología Delphi.

A lo largo de las páginas precedentes, hemos tratado de poner de manifiesto varios aspectos de la situación actual y futura de la cultura y la consiguiente presencia con la que esta cuenta en Internet, a lo que aunamos las alternativas de comunicaciones que pudieran ser necesarias para su mejora.

Así, en primer lugar, nos referimos a la hipótesis con la que damos punto de partida a este estudio, que se resume en la siguiente idea:

Los contenidos culturales tienen escasa presencia en la red y el tratamiento que reciben en Internet ofrece una perspectiva alejada de la función primordial de los medios de ofrecer contenidos veraces y de calidad.

Tomando esta idea como base sobre la que discurre el trabajo y con la ingente cantidad de información que nos aporta el método empírico de observación directa de los diferentes medios de comunicación, junto a las opiniones expertas en la materia, que nos facilita la elaboración de un sondeo, podemos corroborar que dicha hipótesis es acertada y ajustada a la realidad.

Es decir, con la llegada de la Sociedad Red y los medios digitales, el tratamiento de los contenidos culturales de forma especializada en los mismos se ha tornado muy complicado, ya que no es fácil ofrecer contenidos culturales de calidad en la red de forma eficaz.

Concluimos, por tanto, que como consecuencia de la dificultad patente que existe en Internet para ofrecer conocimiento experto en cultura, los medios que tratan el fenómeno cultural en la red se encargan de ofrecer contenidos con cualidades pertinentes a los medios digitales pero alejados de contenidos de calidad y especializados.

Así, los contenidos que Internet ofrece sobre cultura, no sólo no fomentan nuestra cultura, no nos hacen más cultos, sino que además quedan regidos por las premisas de la red y por los intereses del público, que busca contenidos sencillos, que satisfagan de forma veloz aquello que quiere saber.

Conforme hemos podido corroborar a lo largo de nuestro análisis empírico de medios, aunado a las numerosas opiniones de expertos en varios de los ámbitos encuestados, nuestra hipótesis inicial queda avalada y confirmamos que los medios que tratan la cultura en la red cuentan con una serie de características digitales.

Así, se encargan de ofrecer contenidos que responden a características que han venido implantadas de la mano de la Sociedad Red, de sus intereses y de la masa de público al que se dirige, por tanto, cualidades como la **superficialidad, la primacía del mercantilismo y contenidos promocionales, la rapidez de acceso a los contenidos, la globalización...**

Toda una serie de aspectos que hacen que los contenidos culturales que se ponen frente al público en la red se conviertan en contenidos que distraen a la gente y la alejan de lo que realmente se consideran contenidos de calidad o contenidos especializados ofrecidos por profesionales en la materia.

El trabajo de campo, realizado junto a la observación de los numerosos medios que centran nuestro estudio, nos lleva a afirmar la línea de pensamiento de la teoría inicial, es decir, que la información que se ofrece sobre el fenómeno cultural en la red no es suficiente ni adecuada para informar sobre un fenómeno del calado e importancia para el desarrollo de la sociedad como es la cultura.

Existe una Tercera Brecha digital que hace que el público carezca de conocimientos suficientes para discernir la calidad de los contenidos que ofrece la red. Por tanto, hace que el público se limite a una serie de contenidos superfluos que recibe de internet.

Contenidos que, a su vez, están dominados por las exigencias que demanda la sociedad Red sobre la información que ofrece a través de la nube digital, como son las mencionadas superficialidad, sencillez, globalización, accesibilidad, intereses económicos, capitalistas y mercantilismo (marcado en contenidos promocionales).

En definitiva, a partir de la afirmación de la hipótesis que marca la línea de esta investigación, podemos enumerar una serie de conjeturas finales a las que llegamos a través del arduo trabajo de estudio investigativo de la materia.

1.No se puede decir que Internet esté, en este momento, al servicio de la cultura.

Actualmente, no se puede decir que la red de redes sea un medio que ayude a la cultura a mantener su imagen o su estatus como fenómeno de calidad, sino todo lo contrario, la sume a una situación en la que queda relegada a ser un mero contenido más, que sigue las tendencias de la comunicación digital y se aleja de la calidad, especialización y conocimiento experto que debería ser esencial en la información cultural.

La red, torna la labor de ofrecer información especializada en cultura en algo sumamente complejo, ya que no cuenta con las herramientas y con las características necesarias para difundir de forma adecuada estos contenidos.

2. En el proceso desde los medios de comunicación impresos hacia los medios de comunicación digitales la información cultural se ha visto modificada hacia la superficialidad, entre otras características particulares de la red.

La Sociedad red ha provocado que los medios de comunicación en general ofrezcan una serie de contenidos pilotados por una serie de cualidades concretas, muy diferentes de las que se podían ver en los medios tradicionales.

Concretamente, en lo que respecta a la cultura, como género que nos incumbe directamente en el actual estudio, todos los métodos de investigación empleados nos llevan a corroborar que los medios digitales ofrecen una imagen de la cultura mucho más superficial de la que se ofrecía en los medios tradicionales.

Actualmente vivimos inmersos en la cultura de la espectacularidad, en un capitalismo cultural en el que lo fundamental reside en la espectacularidad de los contenidos, que van a despertar el interés del público.

Por tanto, a la hora de enumerar los aspectos en los que se ha cambiado el tratamiento hacia la cultura, podemos establecer una lista de conceptos en los que podemos darnos cuenta de que el cambio ha sido negativo para el conocimiento experto en cultura.

La llegada de los medios digitales, ha hecho que la forma de tratar la información cultural pase de un tratamiento más próximo al experto, elaborado por profesionales especializados o conocedores de la materia que, fundamentalmente ofrecían contenidos dirigidos a un público experto y concreto que era el consumidor directo de estos productos.

Con la llegada de la red, todos podemos acceder a todo tipo de contenidos, por lo tanto, los clásicos contenidos especializados o de calidad se han visto sometidos a un tratamiento superficial en el que los intereses capitalistas se convierten en lo esencial con cualidades como las siguientes:

- Preeminencia del mercantilismo y capitalismo (intereses económicos)
- Superficialidad
- Contenidos Promocionales
- Globalización
- Lejanía de contenidos especializados o expertos
- Sencillez de contenidos (para que puedan alcanzar un gran volumen de público)

3. Internet aporta la accesibilidad y la globalización como posibles beneficios a la hora de acceder a información cultural especializada, sin embargo, los inconvenientes son mucho mayores (superficialidad, mercantilismo, sencillez, lejanía de la calidad).

Los estudios llevados a cabo nos han permitido dilucidar que en Internet las pautas que guían la elaboración de contenidos se basan en fines mercantilistas, es decir, lo que más interesa es ofrecer contenidos que vendan, que sean lo que el público quiere leer o le interesa conocer de forma inmediata.

Esto va de la mano de ofrecer contenidos livianos, sencillos, de rápida lectura y que se centran en ofrecer pocos datos y muy concretos sobre promociones culturales, que finalmente es lo que el público busca de forma masiva.

Así, podemos decir que los contenidos que adquirimos vía Internet responden a una serie de intereses inmediatos en torno a la información cultural. Una serie de intereses o *necesidades* que la propia sociedad y su forma de organización, dominada por Internet, nos ha inculcado y nos ha llevado a considerarlas esenciales.

Este es el caso de los contenidos promocionales, que si bien, no profundizan o amplían nuestros conocimientos culturales, si ofrecen aquella información que buscamos conocer con mayor celeridad.

Lo cual deja patente la existencia de una brecha digital que afecta al sector conectado de la sociedad y que produce una lejanía de la verdadera cultura, del conocimiento experto que realmente nos aporta cierta información, en beneficio de los contenidos más livianos y superficiales que inundan la red y que el público se ve incapaz de discernir por una carencia de competencias informacionales.

Con los medios tradicionales estas tendencias no estaban encima de la mesa, puesto que los medios que se encargaban de ofrecer contenidos culturales elaborados, estaban pensados para un público mucho más especializado, culto y conocedor de la materia, que es el que principalmente tenía acceso a esta serie de contenidos.

Con la llegada de Internet, la globalización y la accesibilidad han hecho que el acceso a las diferentes materias de información llegue al gran público, es decir, se ofrecen en un mismo medio una serie de contenidos estandarizados dirigidos a la masa con el fin de satisfacer sus intereses en cuanto a información.

En cuanto a lo que algunos pueden considerar cualidades beneficiosas, estaríamos ante la accesibilidad y globalización, ya que todos podemos acceder a unos mismos contenidos, pero ¿Qué tipo de contenidos son estos a los que la gran masa de público tiene acceso?

La accesibilidad y la globalización, por tanto, no son más que condiciones que llevan a unas consecuencias negativas para los contenidos especializados que se han visto simplificados sin remedio a la hora de aparecer en internet.

Las podemos considerar dos armas de doble filo que hacen que, si bien todos podamos acceder a unos contenidos, estemos únicamente ante una información superficial, liviana, alejada de la calidad y que no aporta ningún conocimiento experto.

Tanto los medios generalistas que tienen presencia en la red (El país, El Mundo, ABC, La Razón...) como las páginas webs especializadas que nacen en Internet y, en menor medida, los medios especializados clásicos, se caracterizan por ofrecer contenidos centrados en intereses básicos como la promoción o la superficialidad.

A pesar de que dentro de esta tendencia general, existan grupos de medios como los especializados de carácter clásico, como es el caso de Babelia y de El Cultural, que destacan por ser la fuente más próxima de información especializada. Mientras que otras webs especializadas destacan de igual modo por evidenciar una tendencia hacia la especialización, todavía muy escasa.

Por tanto, podemos concluir que a la hora de hablar de beneficios y/o inconvenientes que aporta Internet para difundir información cultural, nos referimos en primer lugar a conceptos como accesibilidad y globalización, consideradas como ventajas por alguno sectores, ya que consideran favorable que todo el mundo tenga acceso a unos mismos contenidos.

Cuando en realidad no son más que fórmulas que nos llevan a enumerar los inconvenientes reales de Internet para difundir información especializada o de calidad como los reiterados superficialidad, lejanía de la calidad de la información y aluvión de contenidos promocionales regidos por intereses capitalistas, entre otros...

4. La información especializada en cultura no aparece como tal en Internet y los medios que se aproximan a ella son los medios especializados clásicos.

Actualmente, la información especializada en cultura y, por tanto, la que es considerada de mayor calidad y alejada de los contenidos superficiales, tiene una presencia somera en la red, se limita a aparecer de forma escasa en los medios especializados de carácter clásico que han trasladado su imagen a Internet, por tanto que siguen contando con cierta tendencia de medio especializado con el que contaban en su trayectoria impresa.

El caso de Babelia y El Cultural, como dos de los medios especializados de mayor calado social, en su versión web son los encargados de ofrecer los contenidos culturales que más se pueden aproximar a la idea de información de calidad.

Por otro lado, una de las fuentes de información especializada, en las que actualmente se vislumbra una breve tendencia en aumento, son las páginas webs especializadas, tanto en las de contenido cultural en general, como es el caso de *Revista Leer*, *Revista Godot* o *Nokton Magazine*, como las páginas personales de profesionales del mundo artístico..

Así, podemos concluir que la información especializada en cultura como tal está muy perjudicada en Internet, los medios que son propiamente digitales la relegan a meros contenidos promocionales, que no podemos calificar de conocimiento experto, mientras que los medios que aportan ciertos contenidos con escasa profundidad son aquellos que trasladan su papel especializado desde los tradicionales medios impresos a la web.

Lo que nos lleva a concluir que los medios digitales no son la fórmula idónea para ofrecer contenidos especializados, ya que los relegan a la superficialidad y capitalismo al que les lleva sin remedio la estructura organizativa de la Sociedad Red.

5. La figura del periodista especializado no existe en Internet.

No existe la figura de un periodista especializado en materia cultural dentro de los contenidos culturales que se ofrecen en la red, existe una falta de concreción en cuanto a la profesionalidad de contenidos expertos, ya que se buscan otro tipo de contenidos muy alejados de la especialización y de la cultura.

Centrados en cualidades ya remarcadas, como el mercantilismo y la superficialidad, lo cual avala nuestra hipótesis de que los medios digitales, no solo no apoyan a los medios culturales, sino que resultan deficientes para ofrecer contenidos especializados, precisamente por la falta de profesionales expertos encargados de elaborarlos.

Para poder alcanzar unos contenidos expertos, prácticamente inexistentes en la red, sería necesario que se ofreciesen por parte de periodistas expertos o especializados en materia cultural, que son las personas adecuadas para encargarse de realizar estos

contenidos, mientras esto no ocurra será inviable que se encuentren contenidos especializados de calidad en la red.

Actualmente, los requerimientos de la red hacen que no se considere necesaria la presencia de profesionales para entregar determinados contenidos, ya que se ofrecen contenidos promocionales, livianos, que sean capaces de llegar a una gran masa de público, con lo cual, no se plantea la necesidad de profesionales especializados que los realicen.

Sin embargo, a la hora de buscar contenidos expertos, realizados por profesionales que realmente nos hagan más cultos, el problema es evidente, no existe un contenido experto porque no existe en la red la presencia de periodistas especializados.

Fomentar la presencia de dichos expertos en diferentes espacios, en los que poder ofrecer contenidos de calidad es esencial, como opinan nuestros expertos, deberán hacerlo a través de diferentes espacios concretos como las páginas web especializadas, que se tornan en la tendencia hacia la información especializada futura.

A partir de estas conjeturas principales, con las que damos respuesta a los objetivos con que iniciamos este estudio, podemos establecer algunas otras conclusiones relacionadas que nos ha aportado el avance del análisis, como las siguientes:

6. Es fundamental profundizar en la figura del periodista especializado como figura esencial para potenciar la información cultural de calidad.

La presencia de los profesionales en esta materia es actualmente y será en un futuro una figura imprescindible para poder ofrecer información de calidad, ya que son los encargados de traducir los contenidos más complejos y especializados en un lenguaje accesible y comprensible para el gran público.

El espacio en el que estos profesionales van a realizar principalmente su trabajo va a estar encaminado a las páginas webs especializadas o blogs personales, en los que puedan ofrecer información de calidad alejada del dominio de los intereses capitalistas que redimen la cultura a la superficialidad.

7. Las páginas Webs especializadas serán la principal tendencia donde se encontrará información cultural de calidad.

Dado el carácter superficial de la información ofrecida por los medios generalistas y la escasez de medios especializados clásicos que se encarguen de la información cultural, la tendencia que se vislumbra como la alternativa de comunicación necesaria en la que ofrecer contenidos de calidad en un futuro son las páginas webs especializadas.

Espacios en los que los profesionales de la información cultural y los propios profesionales del arte se encarguen de elaborar sus propios contenidos y hacer llegar contenidos elaborados y de calidad al público.

8. Para fomentar la tendencia hacia las páginas Web especializadas es necesario trabajar en diferentes ámbitos de actuación; materia educacional, económica y profesional.

Actualmente, los medios más utilizados para informarse acerca de cultura por parte del público son los medios especializados de carácter clásico y los medios generalistas, con lo que esto conlleva que es obtener información sesgada por las características de la red, que se tienen como pautas de actuación.

Por lo que, la realización de este estudio nos lleva a asegurar que las páginas webs especializadas van a ser la tendencia hacia la que debemos trabajar para fomentarlas como vía útil de comunicación y difusión de contenidos culturales de calidad.

Sin embargo, para alcanzar esta tendencia es necesario establecer una serie de pautas necesarias de acción, como son encauzar los intereses del público hacia estos medios, ofrecerles mayor promoción y presencia digital y, a su vez, ofrecerles apoyo desde fuentes gubernamentales para potenciar su labor profesional.

9. El trabajo en materia educacional, mediante la Alfabetización Digital (educación del público) es cada vez más necesario.

Es una de las principales áreas en las que trabajar ya que, actualmente el público que recibe contenidos digitales se decanta por aquellos espacios y contenidos que se caracterizan por las premisas fundamentales de la comunicación digital.

Es decir, que le aportan la accesibilidad, sencillez, celeridad, superficialidad y utilidad que está buscando, sin tener en cuenta la calidad de estos contenidos ni saber discernir los intereses que pueden existir a la hora de ofrecer estos contenidos y ser capaces de buscar aquella información que realmente se acerque a un conocimiento experto sobre la cultura.

Uno de los problemas fundamentales, en la existencia de la Sociedad Red, es la innumerable lista de consecuencias que trae para los individuos que forman parte de ella y para los contenidos que circulan por los medios digitales. En lo que respecta al público, ha sido educado para acceder a la red y conformarse con los contenidos que en ella encuentra, considerándolos los mejores y principales, sin si quiera plantearse la duda de la existencia de otros contenidos mejores o simplemente de mayor utilidad para sus intereses.

Por tanto, para poder otorgar a la información especializada en cultura la presencia y el tratamiento adecuados en la red, una de las bases de trabajo y de cambio más importantes es trabajar en torno a una alfabetización digital del público.

Enseñanza que permita solventar la falta de competencias informativas y la existencia de una tercera brecha digital, existente entre el universo conectado a la red, que es incapaz de encontrar información de calidad y de reconocerla entre la sobre información y el ruido informativo característico de la red.

Este trabajo educacional, si bien, puede ser el cauce de la solución más eficaz para la cultura, es también la fórmula más complicada, un tanto utópica en lo que respecta a la situación de la cultura o corto y medio plazo, ya que la educación en materia digital supone procesos de largo plazo, procesos generacionales, por tanto, que no van a aportar resultados con la celeridad con la que se necesitan.

10. Sería conveniente fomentar las ayudas externas en pro de la figura de la cultura en Internet (ayudas promocionales o ayudas económicas) para encaminarnos correctamente hacia las páginas web especializadas como tendencia,

Para poder alcanzar la tendencia futura de las páginas webs especializadas en cultura, como fuente de acceso a una información de calidad, una tendencia que actualmente todavía es muy escueta en el universo de Internet, es necesario comenzar a construir una base estable en diferentes ámbitos.

Además del mencionado, en relación con el público y su alfabetización digital, existen otros de la misma importancia, como es el caso de las ayudas externas, véase la promoción de la imagen de la cultura o las ayudas gubernamentales al respecto.

Para conseguir que la cultura logre tener el espacio que merece, como un fenómeno de amplio calado histórico, es necesario que se fomente la presencia de aquellos espacios que ofrecen información de calidad al respecto.

Así, uno de los problemas principales, en torno a la presencia de las páginas webs especializadas y su éxito como fuentes de información ante el público, es el desconocimiento que existe alrededor de su presencia.

Es decir, los medios generalistas, mucho más superficiales en su tratamiento a la cultura, son los que cuentan con los mejores resultados y visibilidad en la red, mientras las páginas especializadas pasan desapercibidas y no son conocidas por el público, por tanto, dejan de tener importancia e influencia.

Para lograr fomentar la imagen de la cultura en los medios digitales y así despertar el interés del público por los espacios y contenidos más especializados, es conveniente trabajar el auge de estos espacios digitales, sin embargo, no es la única fórmula viable para la promoción cultural.

Otra de las medidas que destacan como una de las más importantes radica en fomentar la imagen de la cultura en los medios de comunicación de masas (Radio y Televisión) con el fin de aproximar al público.

En lo que respecta a las ayudas económicas, es otro ámbito relacionado con los anteriores, puesto que estas ayudas irían encaminadas a ensalzar la profesionalidad de los

espacios, la promoción, la mejor cobertura de la cultura y, ante todo, conseguir una presencia destacada que despierte el interés del público.

Sin embargo, la situación actual hace que estas ayudas se tornen en una solución cuanto menos compleja de aplicar a la realidad, debido a la crisis evidente a nivel general y concretamente en el sector, por lo que, se da visibilidad a fuentes de financiación alternativas y eficaces como puede ser el *Crowdfunding*.

También llamado micro mecenazgo, se define como una nueva fórmula de financiación masiva o financiación colectiva a modo de cooperación llevado a cabo por los diferentes individuos en beneficio de diferentes ámbitos que consideran necesitan fuentes de financiación alternativas, como puede ser el caso de la cultura y de sus instituciones.

En definitiva y como idea concluyente a este estudio y generalizada a todas las conclusiones que hemos puesto de manifiesto, podemos decir que nuestra hipótesis queda corroborada y que, por tanto, no solo podemos afirmar que Internet no nos hace más cultos, sino que nos aleja de los contenidos culturales especializados.

Dada la patente dificultad para poder ofrecer contenidos culturales y desde un tratamiento de calidad en los medios digitales, que reiteramos, cuentan con una serie de pautas y características muy concretas y particulares.

Así, nos ofrecen contenidos superfluos y alejados de la calidad, inmersos dentro del gran ruido informativo que conllevan los grandes volúmenes de información de los diferentes medios, regidos por sus intereses mercantilistas, que hacen que primen los contenidos promocionales como contenidos *culturales* y hacen que el público los acepte sin plantearse la viabilidad de los mismos o la escasa calidad cultural que en ellos encuentra.

Por tanto, en general, podemos exponer que el periodismo digital, como se entiende y como se ofrece hoy en día, no ofrece determinados contenidos expertos o contenidos especializados, como es el caso concreto de la cultura, ya que la lapida y la transforma en contenidos banales, característicos de la red.

Para que los medios digitales modifiquen su tratamiento a la cultura y se conviertan en una fuente adecuada donde encontrar contenidos culturales de calidad, es necesario profundizar principalmente en la figura de personal experto, periodistas especializados en materia cultural que se encarguen de realizar estos contenidos y que actualmente no tienen un lugar destacado en la red.

Aparte de otras soluciones externas o complementarias, que como hemos mencionado pasan por acelerar el proceso de alfabetización digital y educación del público que accede a la red sin tener conocimientos adecuados para su correcta utilización.

5. GLOSARIO DE CONCEPTOS

ALFABETIZACIÓN DIGITAL

Capacidad que permite comprender y utilizar las fuentes de información que vienen dadas a través del ordenador o las nuevas tecnologías, teniendo en cuenta, que hace referencia al dominio de las ideas, no de las teclas. (Gilster 1997; Gutiérrez Martín 2003 en Travieso y Planella, 2008)

ANÁLISIS

Examen detallado de los diferentes componentes de un discurso y de sus respectivas propiedades y funciones para poder extraer conclusiones generales desde el estudio particular de cada una de las partes del discurso o de la realidad que conforma el estudio.

APOCALÍPTICOS

Aquellos que ven la parte negativa de la cultura de masas, la definen como la “anti cultura”, por tanto, consideran que la cultura debe tratarse desde el punto de vista de las élites como lo ha hecho tradicionalmente.

AUTOPISTAS DE INFORMACIÓN

Redes de inteligencia distribuida, protagonistas que la infraestructura Global de la Información mundial que permiten compartir información, conectar y comunicarnos como una comunidad Global.

BRECHA DIGITAL

Concepto que nace para hacer referencia a las divergencias existentes entre aquellos que cuentan con acceso a la red “integrados” y aquellos que no “excluidos”.

- **Primera Brecha Digital:** Divergencias de acceso entre aquellos que por cuestión económica o social no cuentan con acceso a la red y aquellos que se consideran privilegiados y sí lo tienen.
- **Segunda Brecha Digital:** Divergencias de uso entre todos aquellos que sí tienen acceso a la red, donde se encuentran sectores de la sociedad que saben utilizarla y otros que no.
- **Tercera Brecha Digital:** Divergencias de Calidad: variedad de usos de los diferentes usuarios a la hora de acceder a la red.

BUSCADORES

Herramientas de búsqueda de Información en la web que se han convertido en una de las partes fundamentales que orientan y facilitan el acceso rápido a aquella información que necesitamos encontrar. (Salazar: 2005:3)

CONOCIMIENTO EXPERTO

Información acerca de cualquier ámbito de conocimiento que aportan los expertos de la materia, por tanto, con cierto cariz de especialización reseñable frente a la información que ofrezca cualquier persona sin formación adecuada al respecto.

CULTURA

Conjunto de conocimientos sobre los modos de vida y costumbres, grado de desarrollo artístico, científico, industrial en una época o grupo social, etc. Que permiten desarrollar un juicio crítico.

CULTURA DE MASAS

Cúmulo de fenómenos culturales que se difunden a través de los medios de comunicación de masas, por tanto, relacionados con las particularidades de estos (globalización, intereses económicos...)

CRÍTICO CULTURAL

Profesional de la información teatral, cuya labor es difundir una serie de conocimientos necesarios a los lectores para que puedan comprender los diferentes aspectos de obras teatrales.

GLOBALIZACIÓN

Tendencia de los mercados y las empresas a extenderse alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa fronteras nacionales que se asienta en la sociedad a partir de los años 80 tras las condiciones geopolíticas determinadas por la caída del muro de Berlín y la desaparición de la URSS.

(IPE) INFORMACIÓN PERIODÍSTICA ESPECIALIZADA

Aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad de una determinada área de la actualidad a través de las distintas especialidades del saber; profundiza en sus motivaciones; la coloca en un contexto amplio, que ofrezca una visión global al destinatario, y elabora un mensaje periodístico que acomode el código al nivel propio de

INTERNET

Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación.

INTEGRADOS

Aquellos que ven la aparición de la cultura de masas como algo positivo, un fenómeno que transforma la forma de percibir los contenidos y hacerlos llegar a los diferentes sectores de la sociedad.

MEDIOS DIGITALES

Medios de comunicación que desarrollan su labor informacional a través de las nuevas tecnologías de Internet, existen los medios nativos digitales, que nacen directamente para ser mostrados en Internet o aquellos que trasladan su clásica presencia impresa a la nube digital.

PERIODISTA ESPECIALIZADO

Profesional de la información con la formación y conocimientos adecuados sobre determinado ámbito (cultural, político, jurídico...) que le permite elaborar contenidos de calidad al respecto.

RED

Conjunto sistemático de vías de comunicación o servicios.

SOCIEDAD RED

Organización social y de las Instituciones con Internet y las nuevas tecnologías como núcleo central para conseguir efectividad, productividad y consumo, de forma que se consigue una estructura social basada en las “redes”.

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Realidad y organización social que logra imponerse a nivel mundial en la que los pilares de su funcionamiento giran en torno a la información como elemento fundamental, como un bien económico que sustituye a las actividades industriales y constituye el paradigma de lo que serán las bases de sus relaciones socioeconómicas.

SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

Término acuñado por P. Drucker en el que el conocimiento pasa a ser el elemento “intangible” que domina todas las relaciones y funciones de la productividad y control de la sociedad de la Información.

TECNOLOGÍAS

Conjunto de instrumentos y procedimientos industriales referentes a un determinado sector o producto y a su vez, diferentes teorías y técnicas que pueden ser utilizadas en pro del aprovechamiento práctico del conocimiento científico.

TIC

Tecnologías de la Información y la Comunicación, Instrumentos técnicos para transmitir información.

6. BIBLOGRAFÍA RELEVANTE

ABELLÁN GARCÍA, José Luis, (1975); *La Industria cultural en España*. Madrid, Editorial Cuadernos para el diálogo, XXX pp.

ABRIL, Gonzalo, (2005); *Teoría General de la Información: datos, relatos, ritos*. Madrid, Editorial Cátedra. 352 pp.

AGUIAR PERERA, María Victoria y FARRAY CUEVAS, Josefa Isabel (coord.) (2003); *Sociedad de la Información y cultura mediática*. A Coruña. Editorial NETBIBLIO S.L. 328 pp.

ALABAU, Antonio (2002); “La unión Europea y su política para la Sociedad de la Información” en *El Umbral de la nueva gobernanza Europea*. Madrid. Fundación Airtel Vodafone. 276 pp.

ÁLVAREZ, Jesús Timoteo, (2005); *Gestión del poder Diluido: La construcción de la Sociedad Mediática (1989 – 2004)*. Madrid. Editorial Pearson Educación. 392 pp.

BARDIN, Laurence, (2002); *El análisis de contenido*. Madrid, Editorial Akal, D.L. 192 pp.

BALLESTERO, Fernando (2002); *La Brecha Digital, El riesgo de exclusión en la Sociedad de la Información*. Madrid. Fundación Rete visión. 174 pp.

BECK, Ulrich. (1998); *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona, Editorial Paidós. 400 pp.

BELL, Daniel (1994); *El advenimiento de la Sociedad Post – Industrial: un intento de prognosis social*. Madrid. Alianza Editorial, 584 pp.

BERELSON, Bernard (1952); *Content analysis in Communication research*. Nueva York. Free Press. 67 pp.

BUSTAMANTE, Enrique (coord.) (2002); *Comunicación y cultura en la era digital: industria, mercados y diversidad en España*. Barcelona, Editorial Gedisa. 384 pp.

CARIDAD SEBASTIAN, Mercedes (coord.) (1999); *La sociedad de la Información, Política, tecnología e Industria de los contenidos*. Madrid. Editorial Centro de estudios Ramón Areces, S.A. 331 pp.

CARR, Nicholas (2005); *Las Tecnologías de la Información ¿son realmente una ventaja competitiva?* Barcelona. Empresa Activa, Ediciones Urano. 203 pp.

CARR, Nicholas (2011); *Superficiales ¿Qué está haciendo Internet en nuestras mentes?* Madrid. Editorial Taurus. 340 pp.

CARR, Nicholas (2014); *Atrapados, cómo las máquinas se apoderan de nuestras vidas*. Madrid. Editorial Taurus. 318 pp.

CASTAÑO, Cecilia (2008); *La segunda Brecha Digital, Feminismos*. Madrid. Instituto de la Mujer. Editorial Cátedra. 363 pp.

CASTELLS, Manuel (1997); *La Sociedad Red: Una visión Global*. Madrid. Colección La Era de la Información, Economía, sociedad y Cultura. Editorial Alianza. 557 pp.

COLLE, Raymond (2011); *El análisis de contenido de las comunicaciones I. Fundamentos*. Colección Cuadernos Artesanos de Latina /11. Tenerife. Sociedad Latina de Comunicación Social. 100 pp.

DIRCOM (2013); *Anuario de la Comunicación, directivos de Comunicación*. Madrid. 200 pp.

ECO, Umberto (1984); *Apocalípticos e Integrados ante la cultura de masas*. Barcelona. Editorial Lumen. 368 pp.

ECO, Umberto (2011); *La estructura ausente*. Barcelona. Editorial Lumen. De bolsillo. 512 pp.

FELICIE SOTO, Ada Myriam (2006); *Biblioteca Pública, Sociedad de la Información y brecha Digital*. Argentina. Alfagrama Ediciones. 254 pp.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier. (2004); *Periodismo Especializado*. Barcelona, Editorial Ariel, 498 pp.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier (2011). “Importancia del periodismo de calidad en el mundo digital”. En Asociación de Editores de España (AEDE), *Anuario 2012*, Madrid, AEDE.

FERNÁNDEZ SANZ, Juan José; RUBIO MORAGA, Ángel Luis; SANZ ESTABLÉS, Carlos (editores) (2002); *Prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual) I Congreso Prensa y periodismo Especializado*. Guadalajara. Asociación de la prensa de Guadalajara. 672 pp.

FERNÁNDEZ SANZ, Juan José; RUBIO MORAGA, Ángel Luis; SANZ ESTABLÉS, Carlos (editores) (2010); *Prensa y periodismo especializado (historia y realidad actual) V Congreso Prensa y periodismo Especializado*. Guadalajara. Asociación de la prensa de Guadalajara. 558 pp.

FORO DE LAS COMUNICACIONES (2000); *Desafíos de la Sociedad de la Información en América Latina y Europa*. I Foro de las Comunicaciones. Santiago de Chile. Editorial UNICOM. 306 pp.

FREUD, Sigmund (1977); *Psicología de las masas*. Madrid. Editorial Alianza. 240 pp.

GAITÁN MOYA, J.A. & PIÑUEL RAIGADA J.L. (2010); *Técnicas de investigación en comunicación social: elaboración y registro de datos*. Madrid. Editorial Síntesis. 332 pp.

GARCIA BARRIENTOS, José Luis (coord.) (2012); *Volver al Teatro*. Madrid. Nueva Revista de política, cultura y arte, n.138. Universidad Internacional de la Rioja (UNIR) 259 pp.

GARCÍA CONCLINI, Néstor (1995); *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México Editorial Grijalbo. 198 pp.

HORKHEIMER, Max (2000); *Teoría tradicional y teoría Crítica*. Barcelona. Editorial Paidós. I.C.E.de la Universidad Autónoma de Barcelona, D.L. 120 pp.

IGARTUA PEROSANZ, Juan José (2006); *Métodos cuantitativos de Investigación en comunicación*. Barcelona. Editorial Bosch. 740 p.

KRIPPENDORFF, Klaus (2002); *Metodología de análisis de contenido, Teoría y práctica*. Barcelona, Editorial Paidós Comunicación. 279 pp.

LANDETA, Jon (1999); *El Método Delphi, una técnica de previsión para la incertidumbre*. Barcelona. Editorial Ariel Practicum. 223 pp.

MARTÍN SERRANO, Manuel [et al.] (1981)-, *Epistemología de la comunicación y análisis de la referencia*. Madrid. Editorial Visor. Cuadernos de la comunicación, 8. 193 pp. .

MAYOS, Gonçal & BREY, Antoni (2011); *La Sociedad de la Ignorancia*. Barcelona. Editorial Península. 240 pp.

MCLUHAN, Marshall. (1995); *La aldea Global, transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Barcelona. Editorial Gedisa. 336 pp.

MOLES, Abraham (1975); *La comunicación y los mass media*. Bilbao. Editorial Mensajero D.L. 676 pp.

MOLES, Abraham (1978); *Socio dinámica de la cultura*. Buenos Aires. Editorial Paidós. 334 pp.

MUNNÉ, Frederick (1993); *La comunicación en la cultura de masas: Estudios sobre la comunicación, los medios y la publicidad*. Barcelona: Colección Comunicación y relaciones Públicas. Escuela Superior de Relaciones Públicas. 252 pp. (1ª Edición)

MUÑOZ, Blanca (2005); *Cultura y comunicación: introducción a las teorías contemporáneas*. Barcelona. Editorial Fundamentos. 416 pp. (2ª Edición)

ORTEGA Y GASSET, José (2005); *La Rebelión de las masas*. Madrid. Edición Conmemorativa. Editorial Espasa- Calpe D.L. 299 pp. (1º Edición 1930)

ROIZ, Miguel (2005); *Sociología de la comunicación y cultura de masas*. Madrid. Editorial Laberinto Comunicación. 254 pp.

SALVAT MARTINREY, Guiomar; SERRANO MARÍN, Vicente (2011); *La Revolución Digital y la Sociedad de la Información*. Sevilla. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Colección Contextos nº17, 155 pp.

SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis (1998); *Comunicación, poder y cultura*. Madrid. Nossa y Jara Editores. 191 pp.

SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis (2002) (2ª Edición); *Crítica de la seducción mediática: Comunicación y cultura de masas en la opulencia informativa*. Madrid. Editorial Tecnos D.L. 473 pp.

SANTOS SAÍNZ, María Luisa (2003); *El poder de la élite periodística*. Madrid. Editorial Fragua. 282 pp.

RAYMONDO, Williams (2001); *Cultura y sociedad: 1870 – 1950. De Coleridge a Orwell*. Argentina. Editorial Nueva Visión. 286 pp.

VARGAS LLOSA, Mario (2012); *La civilización del espectáculo*. Madrid. Editorial Alfaguara. 226 pp.

7. FUENTES DE INTERNET

ANGIOLETTI, José Manuel (2010); “Sociedad, tecnología y empresa en un mundo gobernado por los nativos digitales”. En: *Revista Telos. Revista de Pensamiento sobre comunicación, Tecnología y Sociedad*. Fundación Telefónica. Madrid. Enero 2010.

[<http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf/generator?tipoContenido=articulo&idContenido=2009122311150001>] [Fecha de consulta: el 4 de Mayo de 2014]

BALLESTERO, Fernando. (2003). “Brecha digital: una herida que requiere intervención.” En: *E-business Center PwC&IESE*. Universidad de Navarra.

[http://www.iese.edu/es/files/Art_Ballesteros_BrechaDigital_Dic03_ESP_tcm5-7415.pdf] [Fecha de Consulta: 27 de Agosto de 2013]

BENITO, Miguel. “Las autopistas de la Información cambiarán el mundo. Con el desarrollo de las Infraestructuras nacionales de Información.” En: *Revista Telos. Cuaderno Central*. Número 42.

[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num_042/actuali_noticias3.html] [Fecha de Consulta: 8 de Diciembre de 2013]

BOMBELLI, E.; BARBERIS, G. Y ROITMAN, G... (2006). "Brecha digital. Posibilidad de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), según ubicación geográfica. Análisis descriptivo preliminar." En: *Eduotec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, N° 21. Mallorca, España.

[<http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec22/ebombelli.htm>] [Fecha de consulta: 10 de Mayo de 2014]

BUSTOS, E y FELTRERO, R (2006): "Internet y el Acceso al conocimiento: la articulación de los epistemológico y en lo Moral". En A. Pérez y A. Velasco (Eds), *Racionalidad Teórica y racionalidad práctica en la ciencia*. México. Facultad de Filosofía y letras. UNAM.

[http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:399&dsID=Preprint_Epistemologia_moral_2006_Mexico.pdf] [Fecha de Consulta: 27 de Agosto de 2013]

CARR, Nicholas (2011): *Un Mundo distraído*. Entrevista de Barbara Celis. Madrid. El País. Babelia. [http://elpais.com/diario/2011/01/29/babelia/1296263535_850215.html] [Fecha de consulta: 28 de Julio de 2015]

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2002). *eEurope, una Sociedad de Información para todos*. Bruselas. Comisión Europea.

[<http://www.guiafc.com/documentos/2002-COM-263.pdf>] [Fecha de consulta: 4 de Mayo de 2014]

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2006). Libro Blanco sobre la política Europea de comunicación. Bruselas. Comisión Europea.

[http://europa.eu/documents/comm/white_papers/pdf/com2006_35_es.pdf] [Fecha de consulta: 14 de Junio de 2014]

CUMBRE MUNDIAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN (2004). *UIT; declaración de Principios para lograr una Sociedad de la Información: un desafío global del Nuevo Milenio*.

[<http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/official/dop-es.html>][Fecha de Consulta: 26 de Abril de 2014]

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier. “Informática y Estadística. Los nuevos desafíos del periodismo especializado.” En: *Revista Telos. Cuaderno Central*. Número 36.

[http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num_036/cuaderno_central3.html][Fecha de Consulta: 27 de agosto de 2013]

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier (2012); “La Tercera y definitiva Brecha Digital”. En: *Revista Telos. Revista de Pensamiento sobre comunicación, Tecnología y Sociedad*. Número 91. Abril - Junio 2012.

[http://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIORES/Nmeros8097/DetalleAnteriores_91TELOS_TRIBUNA1/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2012042612040001&activo=6.do] [Fecha de Consulta: 4 de Febrero de 2014]

FERNÁNDEZ NÚÑEZ, Lissete (2006).*Ficha con los pasos a seguir para Investigación de contenidos adecuada a los ámbitos de comunicación*. Universitat de Barcelona. Institut de Ciències de l’Educació. Secció de Recerca. Ficha 7. Octubre, 2006

[<http://www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha7-cast.pdf>] [Fecha de Consulta: 4 de Septiembre de 2014]

FERRÁS SEXTO, Carlos (2004); “Metodología de Intervención para vencer la brecha digital. La experiencia de www.infobrion.com”. En: *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y ciencias sociales*. Vol. VI, núm. 170 (72), Universidad de Barcelona.

[<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-170-72.htm>][Fecha de Consulta: 20 de Mayo de 2014]

FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2012); *Alfabetización Digital y Competencias Informacionales*. Barcelona. Editorial Ariel. 197 pp.

[https://ddv.ull.es/users/manarea/public/libro_%20Alfabetizacion_digital.pdf] [Fecha de consulta: 23 de Mayo de 2014]

GIRÓN, Luis Antonio (2012); “Umberto Eco: “Internet es un mundo salvaje y nocivo”. Entrevista en: *Revista Online XL Semanal*. Julio 2012.

[<http://www.finanzas.com/xl-semanal/magazine/20120701/umberto-internet-2883.html>] [Fecha de Consulta: 16 de Mayo de 2014]

GOBIERNO DE ESPAÑA (2011); *Plan Avanza para el desarrollo de la Sociedad de la Información*.

[https://www.planavanza.es/InformacionGeneral/Estrategia2011/Paginas/Estrategia2011_2015.aspx][Fecha de Consulta: 23 de Mayo de 2014]

LOZANO, Jorge (2001). *¿Quién teme a Marshall McLuhan?* Especulo, Revista de Estudios Literarios. Número 18 .Abril. Universidad Complutense de Madrid.

[<https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero18/mcluhan.html>] [Fecha de Consulta: 20 Mayo de 2014]

MARCIALES VIVAS, Gloria Patricia (2012); “Competencia Informacional y brecha Digital, preguntas y problemas emergentes derivados de investigación”. En *Revista Nómadas*. Número 36. Pp. 127 – 142.

[<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3964172.pdf>] [Fecha de Consulta: 20 de Agosto de 2014]

MARTINEZ LOPEZ, F.J; TAMAYO TORRES, I.; GUTIÉRREZ GUTIÉRREZ, L.J. (2008) “El papel de Internet en la convergencia cultural: un análisis técnico basado en la aproximación constructivista dinámica desde la perspectiva de las interacciones online de los consumidores”. En: *Cuaderno de gestión*, Volumen 8, Número 1, pp 25 – 38. Instituto de Economía Aplicada a la Empresa de la Universidad del País Vasco

[<http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/812.pdf>] [Fecha de Consulta: 27 de Agosto de 2013]

MARTÍNEZ SUÁREZ, Pedro C. y BERMÚDEZ REY, María Teresa. (2012) “La brecha Digital: una nueva línea de ruptura para la Educación Social”. En: *Revista de Educación Social RES*, Número 14. Consejo General de Colegios oficiales de Educadores y Educadores Sociales.

[http://www.eduso.net/res/pdf/14/brecha_res_14.pdf] [Fecha de Consulta: 27 de Agosto de 2013]

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO, GOBIERNO DE ESPAÑA. (2013); *Agenda Digital de España. Programa para el desarrollo de la Sociedad de la Información y cultura Digital*.

[<http://www.agendadigital.gob.es/Paginas/Index.aspx>][Fecha de Consulta: 23 de Mayo de 2014]

MORALES MARTÍN, Juan Jesús (2008); “La tercera brecha digital: estratificación social, inmigración y nuevas tecnologías.” En: *VI Congreso portugués de Sociología: Mundos sociales: Saberes y prácticas*. Universidad Nova de Lisboa. Facultad de ciencias sociales y Humanas.

[<http://www.aps.pt/vicongresso/pdfs/287.pdf>] [Fecha de Consulta: 27 de Agosto de 2013]

OBSERVATORIO E-IGUALDAD (2001). *Estudios sobre la situación de la Brecha Digital de Género en España*. [<http://www.e-igualdad.net/informes/brecha-digital-g%C3%A9nero-espa%C3%B1-2011>] [Fecha de Consulta: 1 de Abril de 2014]

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (2005); *Hacia las sociedades del Conocimiento*. Informe Mundial de la Organización de las Naciones Unidas para la educación, la Ciencia y la Cultura. Ediciones UNESCO. París.

[<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.PDF>] [Fecha de Consulta: 26 Abril de 2014]

RODRÍGUEZ CANFRANC, Pablo (2012); “Tercera brecha Digital ¿ Es conocimiento todo lo que reluce en Internet? En: Blog Think Big. Fundación Telefónica. Noviembre 2012. [<http://blogthinkbig.com/es-conocimiento-todo-lo-que-reluce-en-internet/>] [Fecha de Consulta: 18 de Mayo de 2014]

RUANO LÓPEZ, Soledad (2006) “Cultura y medios. De la escuela de Frankfurt a la Convergencia Multimedia”. En: *Revista Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*. Número 15. Pp. 59 - 74.

[<http://grupo.us.es/grehcco/ambitos%2015/15ruano.pdf>] [Fecha de Consulta: 10 Abril de 2014]

TRAVIESO, José Luís y PLANELLA, Jordi. (2008) “La alfabetización digital como factor de inclusión social: una mirada crítica”. En: *Revista sobre la Sociedad del Conocimiento*. Universitat Oberta de Catalunya. N° 6. Abril. [http://www.uoc.edu/uocpapers/6/dt/cat/travieso_planella.html] [Fecha de Consulta: 4 Agosto de 2014]

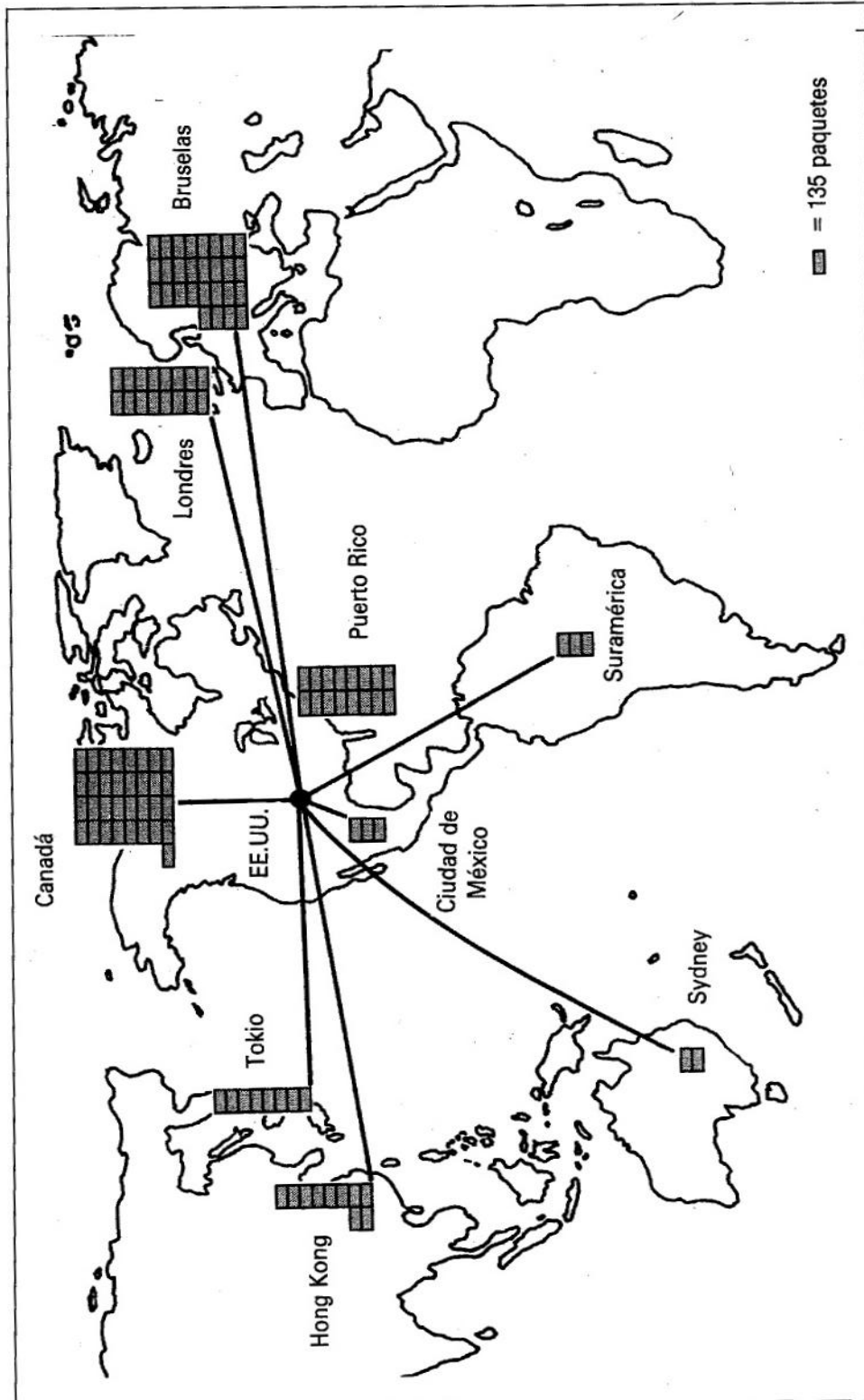
VITA, Leticia (2009); “La Crítica de Nietzsche al Estado Moderno”. En: *Revista Lecciones y Ensayos*. Número 86. Pp. 213 – 233.

[<http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/lye/revistas/86/08-ensayo-vita.pdf>] [Fecha de Consulta: 2 de Junio de 2014]

ANEXOS

8. ANEXO PERIODÍSTICO

Punto 2.1. Definición e Implantación del Fenómeno de la Sociedad de la Información.



3.1.1. TRABAJO DE CAMPO- Análisis de Contenido

TABLA I. CLASIFICACIÓN DE CATEGORÍAS – ANÁLISIS DE CONTENIDO

Ámbito de Análisis	Categoría	Descripción	Subcategorías
Código	Frecuencia	Frecuencia de actualización que tienen las noticias de este determinado ámbito en el medio	<ul style="list-style-type: none"> - Diaria - Semanal - Mensual - Varias veces al día
Código	Contingencia	Posible relación entre las noticias existentes entre un mismo ámbito	<ul style="list-style-type: none"> - Existe - No existe
Código	Presencia del elemento	Si el contenido o noticia en cuestión aparece reflejado en la web principal del medio, se le hace mención en diferentes apartados, además del destinado a extenderse.	<ul style="list-style-type: none"> - Si aparece - No aparece
Código	Modalidad de contenidos	Qué tipo de contenidos encontramos al respecto, si influye o no el carácter digital para ofrecernos contenidos visuales y multimedia típicos del espacio web o, por el contrario, el contenido escrito sigue siendo el protagonista.	<ul style="list-style-type: none"> - Contenido escrito - Multimedia - Ambos
Código	Interacción	Si la información que nos encargamos de analizar ofrece la posibilidad al público de interactuar mediante preguntas, comentarios...	<ul style="list-style-type: none"> - Existe - No existe
Código	Orden - Importancia	Según la situación de las páginas estudiadas, en qué posición aparece la información que analizamos nos determinará la importancia que se le otorga a la misma. En orden descendente, a medida que las posiciones son primeras, hablamos de una importancia mayor.	<ul style="list-style-type: none"> - Prioritarias - Secundarias - Relleno

Tratamiento de los contenidos culturales en soportes periodísticos de carácter digital

Lucía Carrera Romero. Universidad Complutense de Madrid

Contenido	Finalidad	Finalidad del contenido que puede variar entre las categorías promocionales, informativas o críticas de diferentes personajes o actos.	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción - Crítica - Avance - Promoción Personal - Informativo
Contenido	Firma	Si los contenidos que analizamos están o no firmados, en caso afirmativo, quién los firma.	<ul style="list-style-type: none"> - Firmados <i>Periodista</i> <i>Experto</i> <i>Artista</i> <i>Otros</i> - No firmados
Contenido	Tipo de contenido	El tipo de contenido con el cual se hace referencia al tema en cuestión, modalidades de contenido periodístico.	<ul style="list-style-type: none"> - Noticia - Entrevista - Reportaje - Crónica - Crítica (teatral o artística)
Contenido	Referencias	La información analizada ofrece contenidos contrastados y con referencias comprobadas.	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrece - No ofrece
Contenido	Bibliografía	Si aparece reflejada la bibliografía utilizada en la información y nos permiten el acceso a la misma.	<ul style="list-style-type: none"> - Aparece - No aparece
Contenido	Profundización	Si el medio nos ofrece informaciones complementarias, medios u otro tipo de contenidos que nos permitan profundizar en el tema.	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrece - No ofrece
Contenido	Estructura del Contenido	Estructura de los contenidos analizados que nos permiten su comprensión, que siguen un orden de escritura y de noticia clásico en el ámbito periodístico o, por el contrario, sigue el libre albedrío al que podría abocarle el medio digital.	<ul style="list-style-type: none"> - Estructurado y serio - Estructura libre
Contenido	Volcado de contenidos	Similitud o copia entre los contenidos que los medios de carácter impreso ofrecen tanto en su suplemento o sección	<ul style="list-style-type: none"> - Similitud - No similitud

Tratamiento de los contenidos culturales en soportes periodísticos de carácter digital

Lucía Carrera Romero. Universidad Complutense de Madrid

		física y en el apartado web que les corresponde por similitud.	
Lenguaje	Orientación de Contenido	Orientación del contenido que se ofrece mediante diferentes elementos como adverbios, adjetivos... hacia lo positivo o lo negativo de aquello que se muestra.	<ul style="list-style-type: none"> - Positivo - Negativo
Lenguaje	Intensidad	En la intensidad de la noticia nos referimos a los tiempos verbales que se utilizan y que le otorgan al contenido una dimensión mucho más dramática, especializada, concreta o desde otro extremo una dimensión mucho más liviana y cercana.	<ul style="list-style-type: none"> - Pasados - Presentes - Futuros
Lenguaje	Cualidades Lingüísticas	Tipo de vocablos y demás estructuras lingüísticas que conforman cada una de las informaciones que nos dedicamos a estudiar, si son de origen específico, de complicada comprensión, o por el contrario sencillas y generalizadas.	<ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje especializado - Lenguaje simple
Lenguaje	Funciones lingüísticas	Evaluar qué tipo de expresiones lingüísticas dominan el documento analizado, para poder clasificarlo como especializado, sectorial, generalista... y poder descubrir el elemento o aspecto sobre el que se enfatiza el discurso.	<ul style="list-style-type: none"> - Expresivas - Apelativas - Fácticas - Referenciales - Poéticas
Lenguaje	Emisor	Evaluar la persona con la que se dirige o se expresa el emisor de los contenidos nos permite conocer la proximidad del mismo o el nivel de perfeccionamiento o especialización que aportan.	<ul style="list-style-type: none"> - Primera Persona - Tercera Persona

TABLA II. LIBRO DE CÓDIGOS - CATEGORÍAS

Categorías y Sub categorías	Descripción	Códigos
Frecuencia de actualización	Frecuencia de actualización <i>continua</i>	F.ACT/CONT
	Frecuencia de actualización <i>diaria</i>	F.ACT/DI
	Frecuencia de actualización <i>Semanal</i>	F.ACT/SEM
	Frecuencia de actualización <i>Mensual</i>	F.ACT/MENS
Contingencia de Contenidos	Existe la relación entre diferentes noticias publicadas del mismo ámbito	CONTING/SI
	No existe relación alguna entre todas las noticias que se publican	CONTING/NO
Presencia del elemento	El elemento analizado aparece en la página principal del medio y se hace referencia al mismo en diversas secciones.	PRES/REPET
	El elemento analizado aparece en una única noticia que no se repite en ningún espacio más.	PRES/UNIC
Modalidad del Contenido	El contenido se presenta en formato Multimedia	CONT/MULTIM
	El contenido se presenta en con formato escrito	CONT/ESCRIT
	El contenido combina ambos formatos	CONT/DOS
Interacción que el medio ofrece en relación al contenido analizado	Sí se ofrece interacción al público mediante mensajes, comentarios u otros modelos de interacción.	INTERAC/SI
	No se ofrece ningún tipo de	INTERAC/NO

	interacción	
Orden de aparición	La noticia aparece en las primeras posiciones (parte destacada de la página)	ORDEN/1
	La noticia aparece en un segundo plano (parte menos destacada)	ORDEN/2
	La noticia aparece en los últimos lugares	ORDEN/3
Finalidad del Contenido	Finalidad del contenido promocional de algún acto	FIN/PROMO
	Finalidad crítica	FIN/CRIT
	Finalidad Promoción personal del artista	FIN/PROMOART
	Finalidad Informativa	FIN/INFO
Firma de los Contenidos	El contenido está firmado por un Periodista	FIRM/PER
	El contenido está firmado por un experto en la materia	FIRM/EXP
	El contenido está firmado por un artista	FIRM/ART
	El contenido no está firmado	FIRM/NO
Tipo de contenido	El tipo de contenido que analizamos es una noticia	CONT/NOT
	El contenido es una entrevista	CONT/ENTR
	El contenido es una crónica	CONT/CRON
	El contenido es una crítica	CONT/CRIT
	El contenido es un reportaje	CONT/REP
Referencias del Contenido	El contenido nos aporta referencias contrastadas	REF/SI
	El contenido NO aporta referencias	REF/NO

	contrastadas	
Bibliografía del Contenido	El contenido nos permite el acceso a la bibliografía utilizada	BIBL/SI
	El contenido NO muestra y NO nos permite el acceso a la bibliografía utilizada	BIBL/NO
Profundización de los contenidos	SI ofrece contenidos complementarios	PROFND/SI
	NO ofrece contenidos complementarios	PROFND/NO
Estructura del Contenido	El contenido ofrece una estructura seria y sencilla	ESTRUC/CORRECTA
	El contenido varía de forma aleatoria los contenidos en cada ocasión	ESTRUC/ALEAT
Volcado de los contenidos	Los contenidos que aparecen en la Web con los de la versión digital son los mismos	VOLC/SI
	Los contenidos entre la versión digital y la impresa varían	VOLC/NO
Orientación del Contenido	El contenido tiende a ser positivo	CONT/POSIT
	El contenido tiende a ser negativo	CONT/NEGAT
Intensidad del Contenido	Los tiempos verbales que predominan son pasados	VERB/PAS
	Los tiempos verbales que predominan son presentes	VERB/PRES
	Los tiempos verbales que predominan son futuros	VERB/FUT
Cualidades lingüísticas del Contenido	Las cualidades lingüísticas tienden a ser especializadas o concretas	LENG/ESP
	Las cualidades lingüísticas son generales, de amplia comprensión	LENG/GEN.
Características de	El emisor se expresa siempre en una	EMIS/1

Tratamiento de los contenidos culturales en soportes periodísticos de carácter digital

Lucía Carrera Romero. Universidad Complutense de Madrid

expresión del Emisor	Primera Persona	
	El emisor se expresa siempre en una Tercera Persona	EMIS/3

III. MODELO TABLA DE ANÁLISIS DE MEDIOS

Medio		Día		
--------------	--	------------	--	--

Elemento de análisis:

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
		Frecuencia
	Contingencia	
	Presencia	
	Contenido	
	Interacción	
	Orden- Importancia	
	CONTENIDO	
	Finalidad	
	Firma	
	Tipo de Contenido	
	Referencias	
	Bibliografía	
	Profundización	
	Estructura de Cont.	
	Volcado de Cont.	
	LENGUAJE	
	Intensidad	
	Cualidades Lingüísticas	
	Funciones lingüísticas	
	Emisor	

IV. EJEMPLOS DESTACADOS DE MEDIOS ANALIZADOS

MODELO TABLA DE ANALISIS DE CONTENIDO

Medio	ABC	Día	1 de Nov.	Noche
--------------	-----	------------	-----------	-------

Elemento de análisis: “Madrid estrena museo de arte flamenco y holandés”
 [http://www.abc.es/cultura/arte/20141101/abci-nuevo-museo-carlos-amberes-201410312220.html]

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
		Frecuencia
	Contingencia	No
	Presencia	Tiene presencia en Portada
	Contenido	Escrito
	Interacción	Compartir pero no comentar
	Orden	Principal
	Importancia	
	CONTENIDO	
	Finalidad	Información del museo (añade cont. Promoción)
	Firma	V. de almirón
	Tipo de Contenido	Noticia
	Referencias	No
	Bibliografía	No
	Profundización	Si con notas relacionadas y enlaces
	Estructura de Cont.	Bien
	Volcado de Cont.	No
	LENGUAJE	
	Intensidad	Varios tiempos pero cercanía
	Cualidades Lingüísticas	Sencillo
	Funciones lingüísticas	Referencial
	Emisor	Omnisciente

MODELO TABLA DE ANALISIS DE CONTENIDO

Medio	La Razón	Día	1 de Nov.	Noche
--------------	----------	------------	-----------	-------

Elemento de análisis: “Juan Diego, el papel más jorobado”
 [http://www.larazon.es/detalle_normal/noticias/7791065/cultura+teatro/juan-diego-el-papel-mas-jorobado]

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
	Frecuencia	Cada x días
	Contingencia	No
	Presencia	En portada no, ni en cultura, solo en sección teatro
	Contenido	Escrito
	Interacción	Si
	Orden	- Secundaria
	Importancia	
	CONTENIDO	
	Finalidad	Información
	Firma	Ayanz
	Tipo de Contenido	Noticia - reportaje
	Referencias	No
	Bibliografía	No
	Profundización	No
	Estructura de Cont.	Bien
	Volcado de Cont.	No
	LENGUAJE	
	Intensidad	Presente –cercanía
	Cualidades Lingüísticas	Sencillo
	Funciones lingüísticas	Expresivas y referenciales, “ es una perita en dulce”
	Emisor	Omnisciente

MODELO TABLA DE ANALISIS DE CONTENIDO

Medio	Público.es	Día	6 de Nov.	Mañana
--------------	------------	------------	-----------	--------

Elemento de análisis: "El regreso vital de Concha Velasco"
 [http://www.publico.es/culturas/554602/el-regreso-vital-de-concha-velasco]

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
	Frecuencia	Diaria excepto excepciones de días anteriores.
	Contingencia	No
	Presencia	Principal en sección cultura
	Contenido	Escrito
	Interacción	Si permite, no hay
	Orden	Principal en sec. Cultura
	Importancia	
	CONTENIDO	
	Finalidad	Información/crónica avance de la obra
	Firma	Alfonso Álvarez Dardet
	Tipo de Contenido	Noticia
	Referencias	No
	Bibliografía	No
	Profundización	No
	Estructura de Cont.	Noticia
	Volcado de Cont.	No
	LENGUAJE	
	Intensidad	Presentes – cercanía
	Cualidades Lingüísticas	Sencillo
	Funciones lingüísticas	Referenciales – Expresivas de cercanía
	Emisor	Impersonal / omnipresente

MODELO TABLA DE ANALISIS DE CONTENIDO

Medio	Teinteresa.es	Día	13 de Nov.	Mañana
--------------	---------------	------------	------------	--------

Elemento de análisis:” 75 años de la casa de las Ideas: de la Antorcha Humana a X-Men” [http://www.teinteresa.es/cultura/Marvel75_aniversarioTimely_Comics_0_1247276757.html]

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
	Frecuencia	Diaria excepto excepciones de días anteriores.
Contingencia	No	
Presencia	En destacadas de la portada de cultura	
Contenido	Escrito	
Interacción	Permite pero no hay nada	
Orden	-	Secundaria
Importancia		
	CONTENIDO	
Finalidad	Informar de la historia de Marvel	
Firma	Raquel céspedes	
Tipo de Contenido	Reportaje	
Referencias	No	
Bibliografía	No	
Profundización	Es profundo pero no aporta nada mas	
Estructura de Cont.	Reportaje de Marvel	
Volcado de Cont.	No	
	LENGUAJE	
Intensidad	Pasados, mayor profundización y presentes + cercanía	
Cualidades Lingüísticas	Sencillas	
Funciones lingüísticas	Referenciales	
Emisor	Impersonal	

MODELO TABLA DE ANALISIS DE CONTENIDO

Medio	Babelia	Día	12 de Nov.	Mañana
--------------	---------	------------	------------	--------

Elemento de análisis: "La vida sin sacerdocio del poeta Py"

[http://cultura.elpais.com/cultura/2014/11/04/babelia/1415118545_664222.html]

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
	Frecuencia	Diaria excepto excepciones de días anteriores.
	Contingencia	No
	Presencia	En portada de Babelia, secundaria
	Contenido	Escrito
	Interacción	No
	Orden -	Secundaria
	Importancia	
	CONTENIDO	
	Finalidad	Profundizar sobre el autor de la obra
	Firma	Álex Vicente
	Tipo de Contenido	Reportaje
	Referencias	No
	Bibliografía	No
	Profundización	No
	Estructura de Cont.	Bien, reportaje
	Volcado de Cont.	No
	LENGUAJE	
	Intensidad	Presentes, cercanía
	Cualidades Lingüísticas	Sencillo
	Funciones lingüísticas	Referencial y expresivo
	Emisor	Impersonal

MODELO TABLA DE ANALISIS DE CONTENIDO

Medio	El Cultural	Día	18 de Nov.	Tarde
--------------	-------------	------------	------------	-------

Elemento de análisis: "Andrés Barba: "El miedo de los poderosos es un aroma impagable"
 [http://www.elcultural.es/noticias/letras/Andres-Barba-El-miedo-de-los-poderosos-es-un-aroma-impagable/7047]

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
	Frecuencia	Diaria excepto excepciones de días anteriores.
	Contingencia	No
	Presencia	En El cultural , principal
	Contenido	Escrito
	Interacción	No
	Orden - Importancia	Principal en Portada del El cultural
	CONTENIDO	
	Finalidad	Profundizar en contenido de la obra
	Firma	Fernando Díaz de Quijano
	Tipo de Contenido	Entrevista
	Referencias	La obra en si
	Bibliografía	No
	Profundización	Si, con noticias relacionadas
	Estructura de Cont.	Entrevista extensa
	Volcado de Cont.	No
	LENGUAJE	
	Intensidad	Presentes cercanía
	Cualidades Lingüísticas	Sencillo
	Funciones lingüísticas	Referenciales en entrevista- expresivas autor
	Emisor	Nosotros - Primera del plural

MODELO TABLA DE ANALISIS DE CONTENIDO

Medio	Artez Blai	Día	24 de Nov.	Noche
--------------	------------	------------	------------	-------

Elemento de análisis: " II Festival Iberoamericano de Teatro para Niños y Niñas en la Sala Teatro Arbolé de Zaragoza"

[<http://www.artezblai.com/artezblai/ii-festival-iberoamericano-de-teatro-para-ninos-y-ninas-en-la-sala-teatro-arbole-de-zaragoza.html>]

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
	Frecuencia	Diaria excepto excepciones de días anteriores.
	Contingencia	No
	Presencia	Principal
	Contenido	Escrito
	Interacción	Permite pero no hay
	Orden	Principal
	Importancia	
	CONTENIDO	
	Finalidad	Informar de festival de teatro
	Firma	No (artez Blai)
	Tipo de Contenido	Noticia
	Referencias	No
	Bibliografía	No
	Profundización	No
	Estructura de Cont.	Bien, noticia
	Volcado de Cont.	No
	LENGUAJE	
	Intensidad	Presentes - cercanía
	Cualidades Lingüísticas	Sencillas
	Funciones lingüísticas	Referenciales
	Emisor	Impersonal

MODELO TABLA DE ANALISIS DE CONTENIDO

Medio	Revista Godot	Día	13 de Dic.	Tarde
--------------	---------------	------------	------------	-------

Elemento de análisis: "Reportaje: En un lugar del Quijote"

[<http://www.escenagodot.com/reportajes/41-En-un-lugar-del-Quijote>]

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
	Frecuencia	Diaria excepto excepciones de días anteriores.
	Contingencia	Si (crítica a la obra)
	Presencia	Principal en la home de la web
	Contenido	Multimedia
	Interacción	Permite pero no hay
	Orden-Importancia	Principal (tras las promociones; en la sección de reportajes)
	CONTENIDO	
	Finalidad	Informar de la obra por parte del autor
	Firma	No
	Tipo de Contenido	Reportaje (crónica)
	Referencias	No
	Bibliografía	No
	Profundización	Mediante contenidos multimedia de la obra
	Estructura de Cont.	Reportaje / Bien
	Volcado de Cont.	No
	LENGUAJE	
	Intensidad	Presentes - cercanía
	Cualidades Lingüísticas	Lenguaje sencillo
	Funciones lingüísticas	Expresivas
	Emisor	Primera persona del plural

MODELO TABLA DE ANALISIS DE CONTENIDO

Medio	Hoyesarte.es	Día	5 de Nov.	Mañana
--------------	--------------	------------	-----------	--------

Elemento de análisis:” **Jordi Teixidor, Premio Nacional de Artes Plásticas 2014**
” []

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
	Frecuencia	Diaria excepto excepciones de días anteriores.
	Contingencia	Si, con entrevistas anteriores
	Presencia	En portada de web
	Contenido	Multimedia
	Interacción	Permite, no hay
	Orden - Importancia	Principal
	CONTENIDO	
	Finalidad	Conocer más la obra y el artista premiado
	Firma	No, hoy es arte
	Tipo de Contenido	Reportaje
	Referencias	No
	Bibliografía	No
	Profundización	Si, con video de entrevista anterior
	Estructura de Cont.	Bien
	Volcado de Cont.	No
	LENGUAJE	
	Intensidad	Presentes- cercanía
	Cualidades Lingüísticas	Sencillo
	Funciones lingüísticas	Referencial, expresiva
	Emisor	Impersonal

MODELO TABLA DE ANALISIS DE CONTENIDO

Medio	Descubrirelarte.es	Día	13 de Dic.	Noche
--------------	--------------------	------------	------------	-------

Elemento de análisis: "Trincheras en la gran guerra"
 [http://www.descubrirelarte.es/2014/12/10/trincheras-en-la-gran-guerra.html]

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
		Frecuencia
	Contingencia	No
	Presencia	Principal en la Web
	Contenido	Multimedia (escrito con fotografías)
	Interacción	Permite pero no hay
	Orden-Importancia	Principal
	CONTENIDO	
	Finalidad	Informar de la exposición
	Firma	No- La web
	Tipo de Contenido	Crónica
	Referencias	No
	Bibliografía	No
	Profundización	No
	Estructura de Cont.	Crónica
	Volcado de Cont.	Remite a la edición impresa para ampliar
	LENGUAJE	
	Intensidad	Presentes – cercanía
	Cualidades Lingüísticas	Sencillas
	Funciones lingüísticas	Referenciales y expresivas
	Emisor	Primera persona del Plural

MODELO TABLA DE ANALISIS DE CONTENIDO

Medio	Revista Leer	Día	24 de Nov.	Noche
--------------	--------------	------------	------------	-------

Elemento de análisis: "Tamames: Piketty, a vueltas con el capital" [http://revistaleer.com/2014/11/tamames-piketty-a-vueltas-con-el-capital/]

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
	Frecuencia	Prácticamente todos los días menos excepción
	Contingencia	No
	Presencia	Principal destacada en portada
	Contenido	Escrito
	Interacción	Permite pero no hay
	Orden - Importancia	Principal
	CONTENIDO	
	Finalidad	Profundizar en el tema de la obra
	Firma	Ramón Tamames
	Tipo de Contenido	Crónica de la obra en profundidad
	Referencias	No
	Bibliografía	La obra en cuestión
	Profundización	Reportaje en profundidad de la obra
	Estructura de Cont.	Reportaje / Bien
	Volcado de Cont.	No
	LENGUAJE	
	Intensidad	Presentes – cercanía
	Cualidades Lingüísticas	Sencillas
	Funciones lingüísticas	Referenciales / expresivas/ es una cronica
	Emisor	Impersonal

ANOTACIÓN: La noticia seleccionada y analizada pertenece a la sección “ Un libro al día”, sin embargo, destaca porque se trata de una crónica bastante más extensa de lo común en este medio y aporta un contenido mucho más profundo y extenso, diferente a la línea editorial que predomina en los contenidos de la web.

MODELO TABLA DE ANALISIS DE CONTENIDO

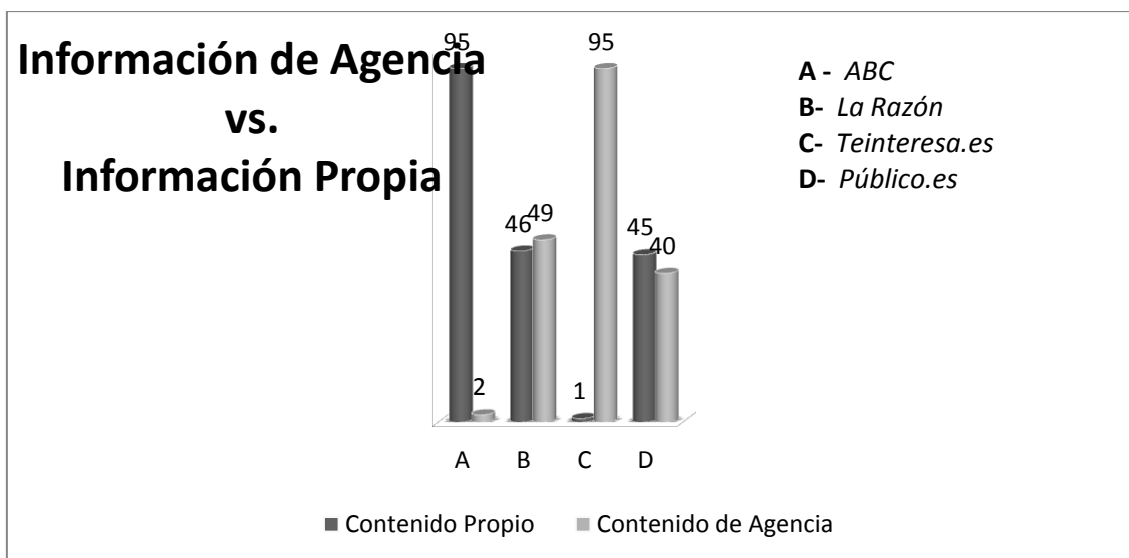
Medio	Revista de Libros	Día	13 de Dic.	Tarde
--------------	-------------------	------------	------------	-------

Elemento de análisis: "TEATRO *Fausto* en el Teatro Valle-Inclán"
 [http://www.revistadelibros.com/cultura-en-madrid/mas-luz]

Ámbito de análisis	CÓDIGO	
		Frecuencia
	Contingencia	No
	Presencia	Principal
	Contenido	Escrito
	Interacción	Permite - Pero no hay
	Orden-Importancia	Principal en portada (en apartado de su sección)
	CONTENIDO	
	Finalidad	Aproximar al lector a la obra
	Firma	Martín Schifino
	Tipo de Contenido	Crónica en profundidad
	Referencias	No
	Bibliografía	No
	Profundización	En el texto si pero no cont. Agregados
	Estructura de Cont.	Crónica extensa
	Volcado de Cont.	No
	LENGUAJE	
	Intensidad	Presentes - cercanía
	Cualidades Lingüísticas	Sencillas pero con elementos de profundidad
	Funciones lingüísticas	Expresivas
	Emisor	Primera persona

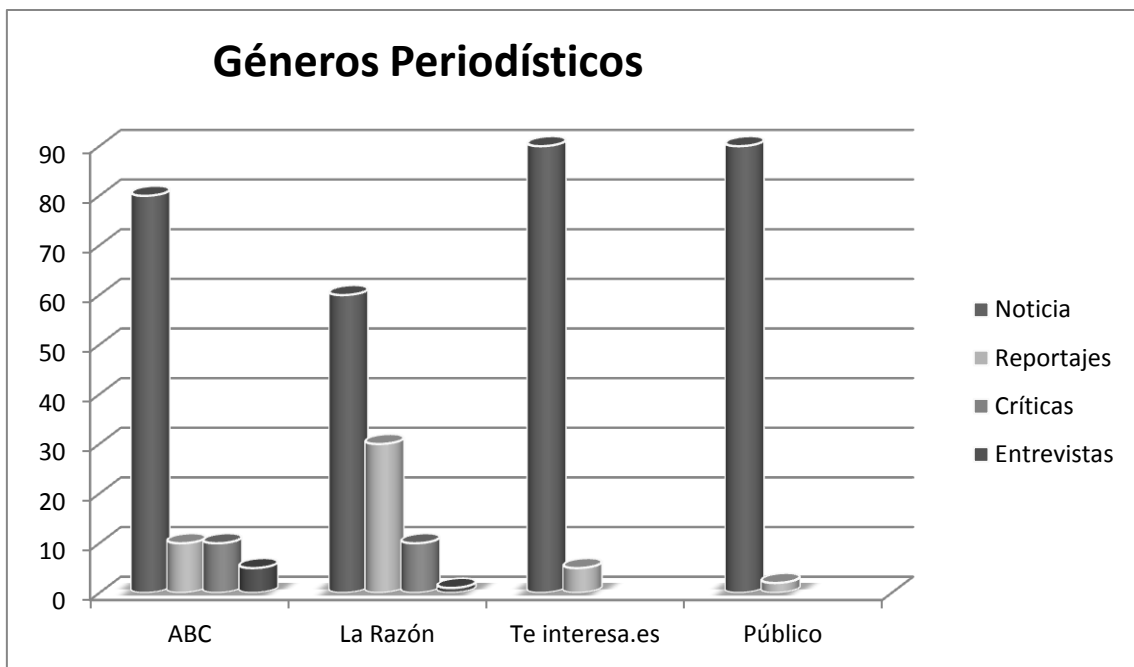
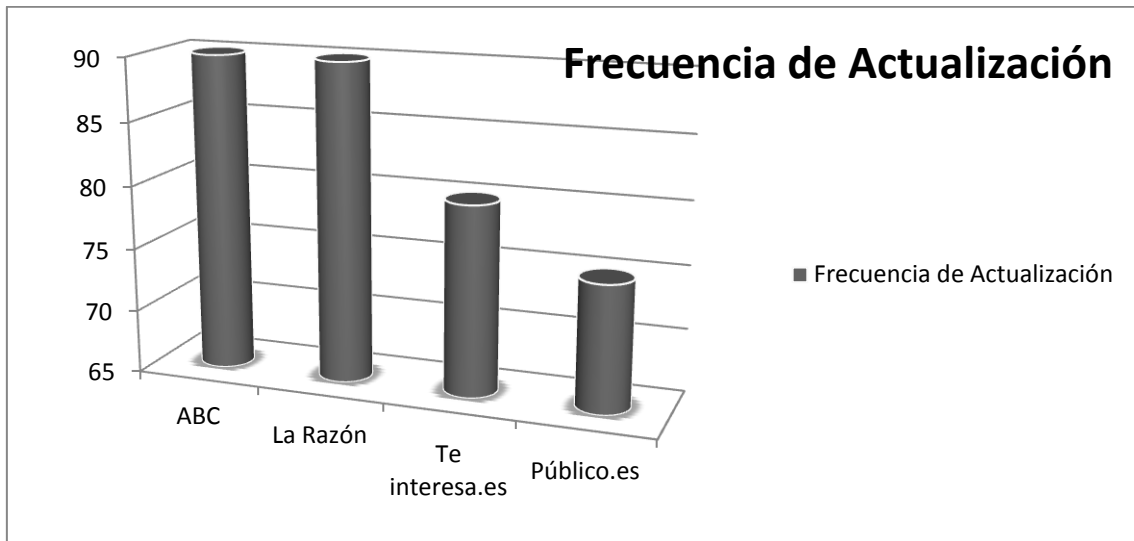
V. GRÁFICAS DE RESULTADOS – ANÁLISIS DE CONTENIDO

GRUPO DE MEDIOS 1: Medios generalistas: Cabeceras generalistas tanto de carácter únicamente digital (Teinteresa.es y Público.es) o de carácter más general como (ABC y La Razón):
Razón):



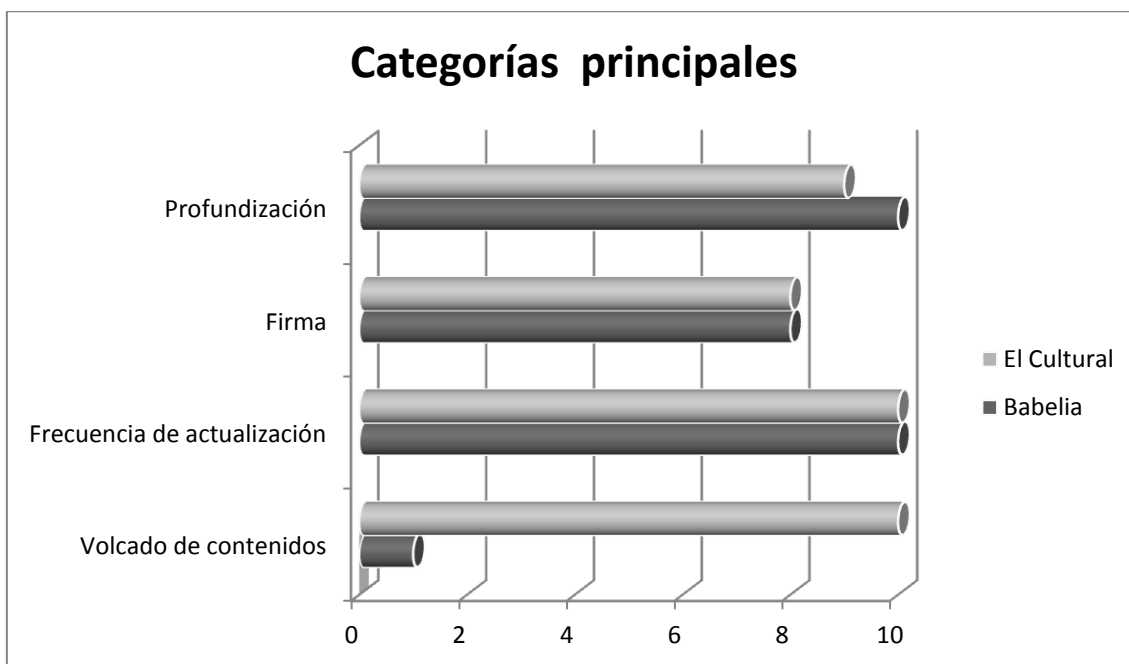
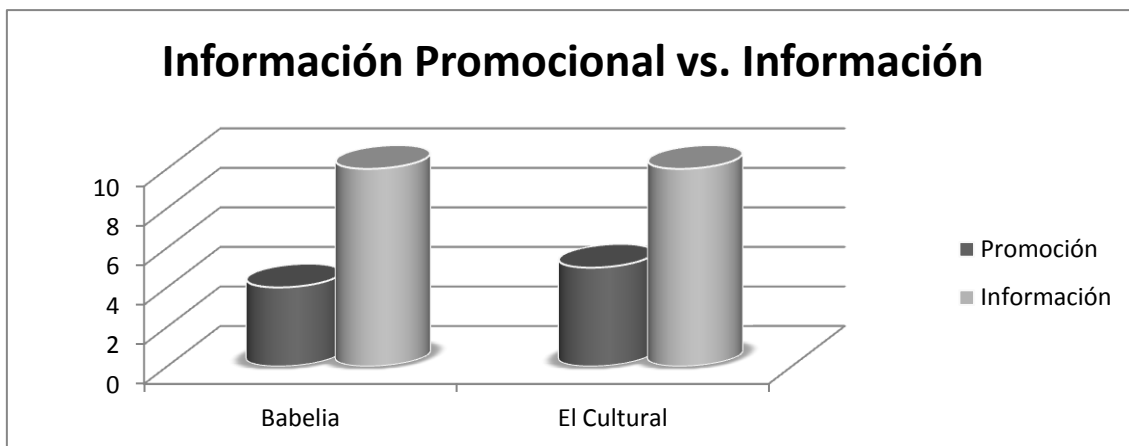
* En el caso de Público, los porcentajes son similares para mostrar la similitud entre datos propios y de agencia. Sin embargo, no contamos con el mismo número de resultados que en el resto de medios debido a la escasa actualización.

* En lo que respecta al diario ABC, el porcentaje de información promocional es también muy similar al referente a la información propia, sin embargo, a diferencia de Público ofrece una actualización y un volumen de noticias publicadas más extenso.



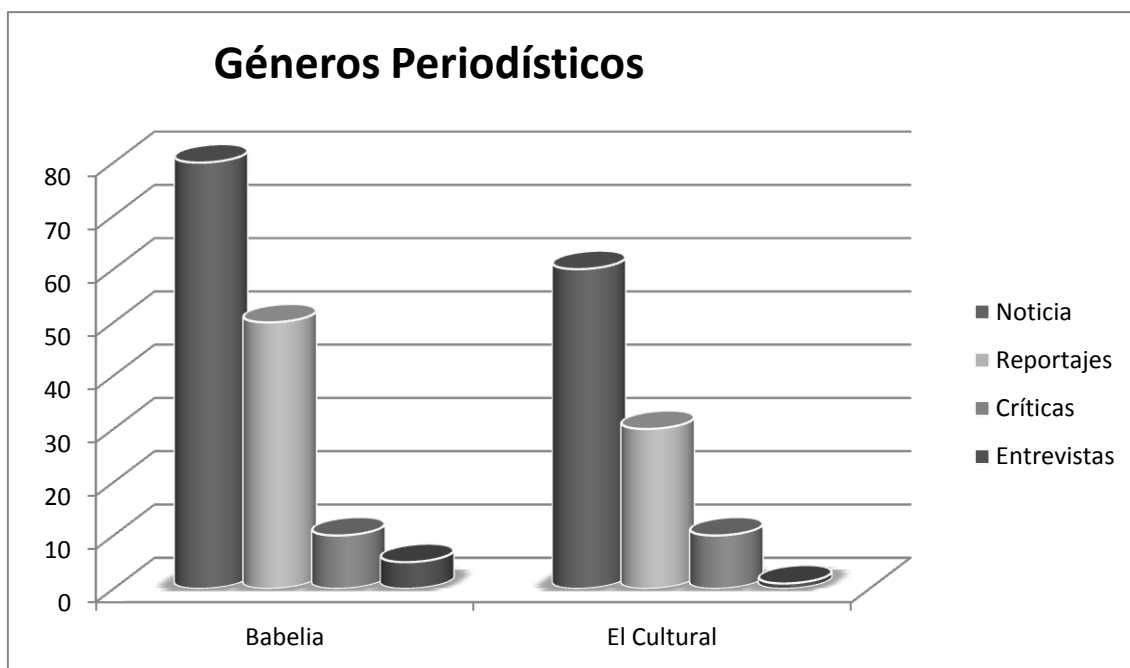
*Resultados en datos %.

GRUPO DE MEDIOS 2: Medios especializados de carácter clásico: *Babelia* y *El Cultural*, como dos de los suplementos de cultura más conocidos y con mayor trayectoria que traspasan su imagen en su versión digital.



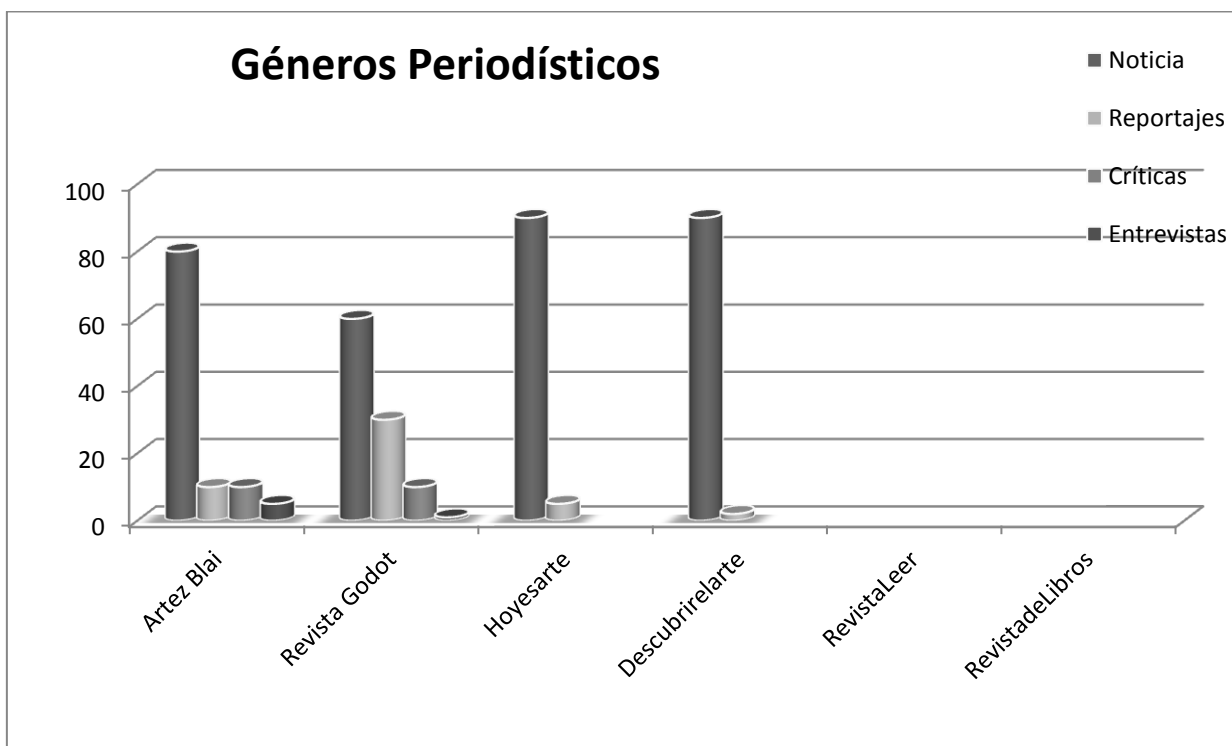
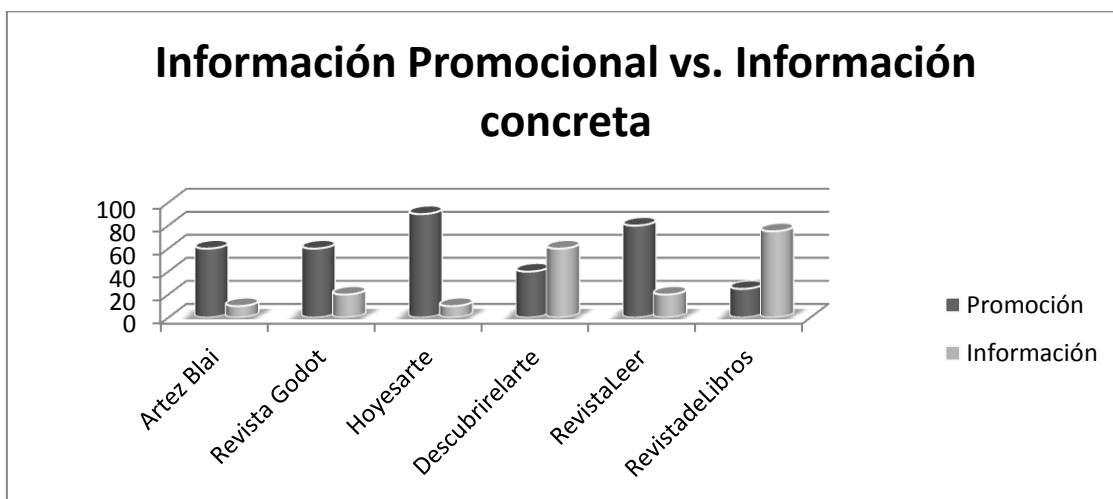
En lo que a profundización se refiere englobamos elementos como las noticias relacionadas, los contenidos multimedia agregados... En el resto de aspectos como la firma nos referimos a la firma de la información por parte del periodista, de la web... Una fórmula de elaboración de contenidos que el mundo digital se conoce como **engagement:*

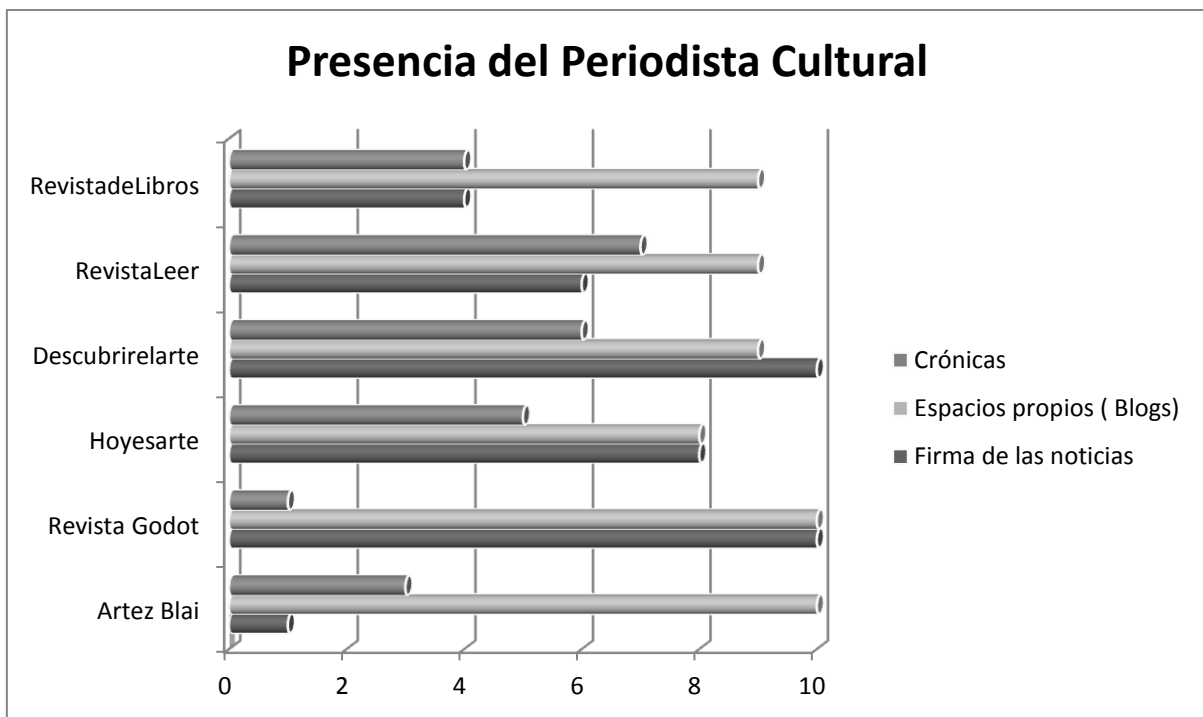
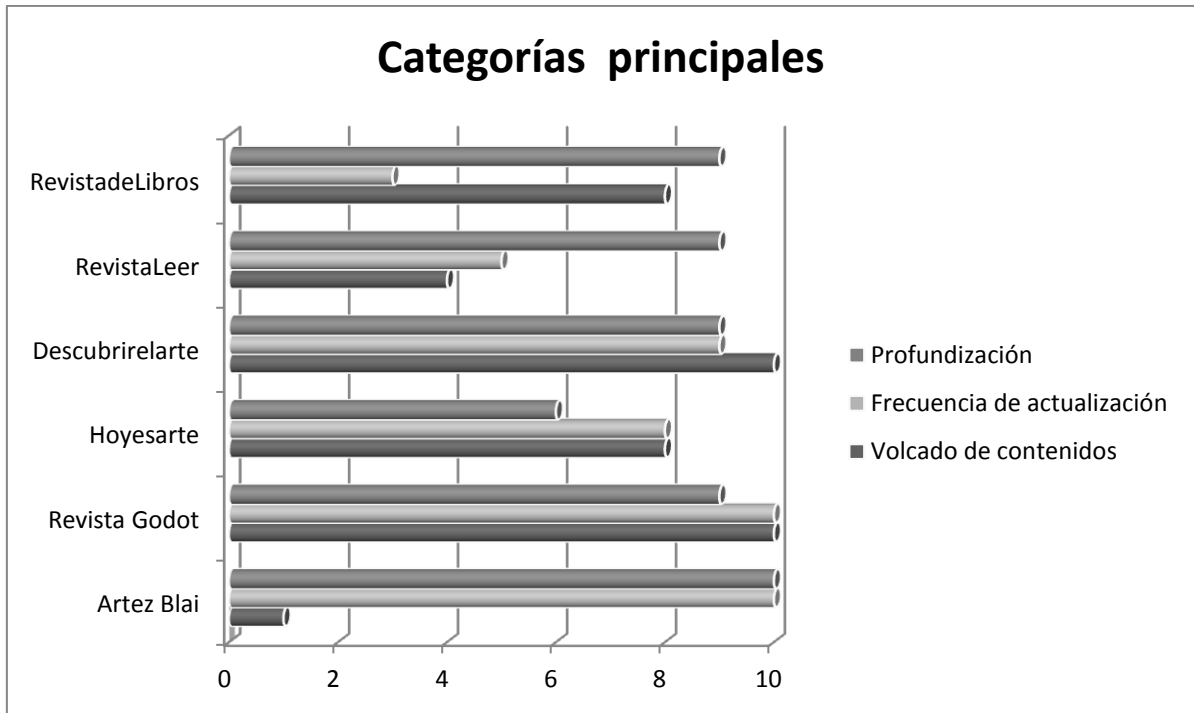
Una forma de que el usuario sea capaz de acceder de forma rápida y eficaz a todos los contenidos relacionados con la información ofrecida, por lo tanto, una fórmula de incrementar la calidad de los contenidos en diarios digitales.



GRUPO DE MEDIOS 3: Las páginas webs especializadas en ámbito cultural, que surgen como medio digital o bien que trasladan su presencia impresa a la red.

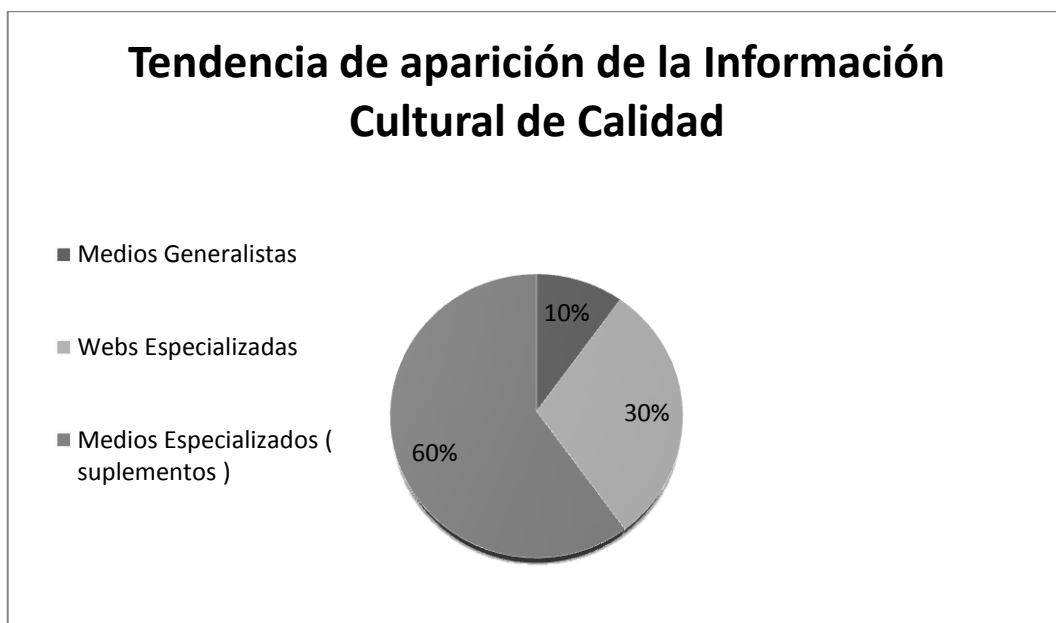
Nos centramos en varios medios de ámbitos culturales como la literatura, el teatro o el arte en general (*Artez Blai*, *Revista Godot*, *Hoy es arte*, *Descubrir el arte*, *Revista Leer*, *Revista de Libros*).





GRÁFICA DE RESULTADOS GENERALES: Cómputo de los resultados obtenidos en los grupos de medios de referencia individualizados.

GRÁFICA 1:



VI. MÉTODO DELPHI – CUESTIONARIOS INICIALES

RONDA I de Preguntas | Gabinetes de Comunicación Cultural

1. En un futuro; ¿con qué medios cree que tendrán más relación los Gabinetes de Comunicación de Instituciones Culturales?

- Con los medios generalistas que cuenten con secciones de cultura
- Con Webs o portales especializados en Cultura
- Con espacios personales de profesionales de la cultura (artistas, actores...)
- Directamente con periodistas especializados en Cultura
- Otro (especifique)

2. ¿Qué tratamiento cree que ofrecerán los medios a los contenidos culturales que usted les facilite?

- Se encargarán de volcar los contenidos (copiar la noticia tal cual la reciban)
- Se encargarán de contextualizar la información con entrevistas o noticias relacionadas y realizar su propio contenido.
- Otro (especifique)

3. Qué tipo de contenidos culturales cree que primarán en los medios en general:

- Contenidos más directos y funcionales que se encaminen a la promoción de los actos
- Contenidos más extensos que se encaminen a la profundización y conocimiento de los diferentes ámbitos culturales.
- Otro (especifique)

4. ¿Cuál será el interés de un Gabinete de comunicación a la hora de ofrecer información cultural a los medios?

- Que se conozca la institución en concreto (el teatro, museo...)
- Que se promocióne un espectáculo o acto cultural en concreto
- Que se consiga establecer un público fijo
- Promocionar la cultura en general como fenómeno.

5. ¿Qué papel cree que tendrán los Gabinetes de Comunicación en un futuro?

- Ofrecer contenidos que fomenten que el público acuda más a ver cultura.

- Ofrecer contenidos concretos y especializados del centro o institución propios.
- Ofrecer todo tipo de contenidos; según el medio al que vayan dirigidos.
- Ofrecer contenidos sencillos y funcionales y ofrecer los más especializados en una web especializada propia.

6. ¿Prevé que en un futuro estarán satisfechos con la imagen que se ofrezca en Internet de la realidad cultural?

- Sí, habrá un buen seguimiento y profundización en todos los temas culturales del momento.
- No, no creo que estemos satisfechos porque los temas culturales que aparezcan en los medios de comunicación quedarán relegados a los aspectos más superficiales de la información.

7. ¿Prevé que cambiará el interés del público hacia la información cultural?

- Sí, en un futuro el interés será mayor, irá encaminado a aproximarse y obtener mayores conocimientos culturales.
- El interés del público se modificará y se encaminará más a aspectos como recibir información funcional, sencilla y promocional.
- En un futuro el interés del público hacia la cultura no va a variar, se va a mantener en los mismos parámetros en los que se mueve actualmente.

8. ¿Cree que será necesaria alguna alternativa de comunicación para ofrecer información especializada en Cultura?

- Creo que los medios generalistas y demás espacios de comunicación ofrecerán una visión óptima de la cultura que hará innecesaria alguna alternativa.
- No creo que sea suficiente la información que estos medios ofrezcan al público sobre cultura, por tanto, si serían necesarias alternativas cómo...

9. ¿Qué medios digitales (españoles o no y de cualquier tamaño o tipo) considera que son imprescindibles para estar informado de la actualidad cultural?

Sólo para esta pregunta tenga en cuenta el momento presente y no uno futuro. Señale, por favor, los medios que considere más importantes, por orden de mayor a menor importancia (máximo 5):

10. Si considera que existe alguna otra cuestión de relevancia acerca del futuro de la comunicación cultural, por favor, enúnciela:

(Recuerde al final de la pregunta incluir sus datos; Nombre e institución con el fin de mantener un control de las respuestas obtenidas)

RONDA II de Preguntas | Gabinetes de Comunicación Cultural

1. En la primera ronda de la encuesta, las opiniones de los expertos consultados nos llevan a afirmar que la tendencia hacia la información especializada en cultura será hacia las webs especializadas. Ante esta circunstancia; ¿Qué estrategias de comunicación considera que deberían aplicar los gabinetes de comunicación para poder hacer llegar sus contenidos al público?

- Fomentar sus relaciones con las webs especializadas en Cultura y los blogs personales de periodistas culturales para que publiquen su información como contenido especializado.
- Desarrollar y promocionar sus propios espacios webs de información cultural sobre sus propias instituciones culturales, a las que el público pueda acceder para informarse sobre los diferentes actos culturales, ya que siempre serán mucho más concretas y de calidad.
- Aunar las dos opciones anteriores con el fin dar cuanta más presencia mejor a los contenidos elaborados por el gabinete de comunicación. Hacer que sus contenidos sean vistos en multitud de espacios digitales.
- Otro (especifique)

2. En la primera ronda del cuestionario, los apartados consultados se han mostrado inclinados hacia estas dos tendencias futuras:

En primer lugar: Los medios generalistas (periódicos generalistas digitales o de tradición impresa) van a optar por informar sobre contenidos culturales menos complejos y más fáciles de entender por la mayoría de sus públicos.

En segundo Lugar: Los espacios que más tienden hacia la especialización y mayor conocimiento cultural van a ser las páginas especializadas, blogs propios de profesionales...

Relacionando ambas tendencias, indique la probabilidad del siguiente escenario:

"Una parte creciente de la población se quedará al margen del conocimiento cultural, bien porque su consumo de información se realiza fundamental y exclusivamente a través de medios de comunicación masivos, o porque se utiliza Internet para otros fines diferentes a informarse o ampliar conocimientos."

- Muy probable
- Poco probable
- Nada probable
- Otro (especifique)

3. En la primera ronda del cuestionario, las conclusiones de los expertos nos llevan a asegurar que la información más especializada en cultura se ofrecerá efectivamente en webs mucho más concretas y particulares.

¿Qué condiciones tienen que darse para estos espacios se conviertan en fuentes prioritarias de información cultural a las que el público acceda para formarse e informarse culturalmente?

- Económicas:* Deberían ampliarse los recursos económicos que se ofrecen a estos espacios para que puedan ampliar su cobertura informativa y ofrecer más cantidad de contenidos especializados.
- Comunicativas:* Estos medios de comunicación especializados deberán fomentar su trabajo de comunicación y promoción entre el público, con el fin de adquirir mayor presencia en la red y facilitar al público su acceso.
- Educativas:* Será necesario reforzar la educación del público encaminada a sumir la escasez de información cultural que ofrecen los medios generalistas y buscar información cultural en estas otras fuentes de información como las más adecuadas.
- Profesionales:* Será necesario que aumente la presencia del profesional en información cultural en páginas web especializadas con el fin de ofrecer contenidos culturales mucho más profesionales.
- Otro* (especifique)

4. Ante la previsible importancia que jugará la red para la transmisión de información cultural. ¿Qué va a suceder, en su opinión, en el ámbito profesional de la información?

- Cualquier persona que disponga de un espacio web va a poder informar sobre conocimientos culturales, siempre que tenga cierto dominio sobre como comunicar por estos canales y lo haga con cierta calidad (sin necesidad de que sea periodista especializado)
- La figura del periodista especializado en cultura va a seguir siendo imprescindible para traducir conocimientos complejos de cultura a relatos comprensibles y atractivos.
- Añada una tercera opción, si ninguna de las anteriores se ajusta a sus consideraciones.

5. Si ha finalizado la encuesta, señale sus datos personales (Institución y nombre, a modo de control de participación) y envíe las respuestas.

Muchas gracias por su colaboración.

RONDA I de Preguntas | Periodistas especializados en Cultura

1. ¿Considera que en un futuro aparecerá la figura del periodista especializado en Cultura en Internet?

- Si, el periodista especializado en cultura será el encargado de ofrecer la información cultural que ofrezca la red.
- No, no creo que se aprecie la labor de los periodistas especializados.
- Otro (especifique)

2. ¿De qué fuentes de información se nutrirán los periodistas especializados para ofrecer información cultural?

- Se nutrirán de Agencias de Información
- Se nutrirán de las fuentes primarias (artistas, catedráticos de arte, actores...) mediante sus espacios personales o contacto directo
- Se nutrirán de Gabinetes de comunicación de las Instituciones culturales
- Otro (especifique)

3. Valore el grado de influencia que tendrá en el futuro cada uno de los siguientes ACTORES para DIFUNDIR información Cultural:

- Los medios generalistas en Internet (diarios digitales con amplitud de áreas temáticas) El país.es, El Mundo, Teinteresa.es, Público.es...
- Los medios especializados de carácter clásico: El Mundo, Babelia... (Por ejemplo)
- Las páginas especializadas en Internet sobre arte: Hoyesarte.es, Revistadelibros.com, RevistaLeer.es...
- Páginas o blogs personales de los profesionales en la cultura (artistas: actores, escultores...)
- Otro (especifique)

4. ¿Qué alternativas de comunicación fomentaría en un futuro para dar mayor visibilidad a la información cultural en la red?

- Será necesario fomentar la presencia de profesionales especializados en los medios de difusión.
- Será necesario fomentar la presencia y difusión de espacios particulares de profesionales del arte.

- Creo que no será necesaria ninguna alternativa, que la información que se ofrezca sobre cultura será completamente adecuada.
- Otro (especifique)

5. ¿Cree que Internet se convertirá en la única vía de comunicación mediante la que ofrecer Cultura?

- Si, Internet va a ser el medio en el cual se elabore y se adquiera Información Cultural
- No, Internet no va a ser el único medio, otros como el escrito seguirán teniendo su importancia y su presencia
- Internet no va a ser el único medio existente pero sí el más importante con diferencia para difundir cultura

6. ¿Qué tipo de información cultural será más demandada por el público?

- Información más especializada con cierto cariz de profundización.
- Información funcional y rápida que le aporte los datos que busca (promoción)
- Otro (especifique)

7. ¿Qué influencia tendrá la información Cultural en la Sociedad?

- Tendrá más relevancia social que ahora
- Tendrá la misma relevancia social que ahora
- Irá perdiendo relevancia y, por tanto, interés entre el público

8. ¿Qué géneros periodísticos cree que primarán en Internet para informar sobre cultura en un futuro?

- Críticas sobre diferentes espectáculos culturales
- Reportajes de profundidad (entrevistas, seguimientos...)
- Información de carácter promocional sobre las carteleras culturales
- Otro (especifique)

9. ¿Qué medios digitales (españoles o no y de cualquier tamaño o tipo) considera que son imprescindibles para estar informado de la actualidad cultural?

"Sólo para esta pregunta tenga en cuenta el momento presente y no uno futuro. Señale, por favor, los medios que considere más importantes, por orden de mayor a menor importancia (máximo 5)":

10. Si considera que existe alguna otra cuestión de relevancia acerca del futuro de la comunicación cultural, por favor, enúnciela:

RONDA II de Preguntas | Periodistas especializados en Cultura

1. En la primera ronda del cuestionario, las conclusiones de los expertos nos llevan a asegurar que la información más especializada en cultura se ofrecerá efectivamente en webs mucho más concretas y particulares.

¿Qué condiciones tienen que darse para que estos espacios se conviertan en fuentes prioritarias de información cultural a las que el público acceda para formarse e informarse culturalmente?

- a) Económicas: Deberían ampliarse los recursos económicos que se ofrecen a estos espacios para que puedan ampliar su cobertura informativa y ofrecer más cantidad de contenidos especializados
- b) Comunicativa: Estos medios de comunicación especializados deberán fomentar su trabajo de comunicación y promoción entre el público, con el fin de adquirir mayor presencia en la red y facilitar al público su acceso.
- c) Educativas: Será necesario reforzar la educación del público encaminada a asumir la escasez de información cultural que ofrecen los medios generalistas y buscar información cultural en estas otras fuentes de información como las más adecuadas.
- d) Profesionales: Será necesario que aumente el número de profesionales de la información que se decidan por ofrecer contenidos especializados en espacios propios con el fin de aportar mayor calidad a los contenidos culturales.
- Otro (especifique)

2. En la primera ronda del cuestionario, los apartados consultados se han mostrado inclinados hacia estas dos tendencias futuras:

En primer lugar: Los medios generalistas (periódicos generalistas digitales o de tradición impresa) van a optar por informar sobre contenidos culturales menos complejos y más fáciles de entender por la mayoría de sus públicos.

En segundo Lugar: Los espacios que más tienden hacia la especialización y mayor conocimiento cultural van a ser las páginas especializadas, blogs propios de profesionales...

Relacionando ambas tendencias, indique la probabilidad del siguiente escenario:

"Una parte creciente de la población se quedará al margen del conocimiento cultural, bien porque su consumo de información se realiza fundamental y exclusivamente a través de

medios de comunicación masivos, o porque se utiliza Internet para otros fines diferentes a informarse o ampliar conocimientos. "

- Muy Probable
- Poco Probable
- Nada Probable
- Otro (especifique)

3. Ante la importancia de los espacios propios, webs especializadas, blogs personales... de profesionales de la cultura como fuentes de información especializada. Es muy posible que aparezcan multitud de espacios de personas que se encargan de hablar de cultura, sin ser profesionales en ello.

¿Cómo cree que puede el periodista especializado solventar este problema y hacer valer su trabajo informativo?

- a) Implementando su Profesionalidad: Aportando contenidos diferentes, mucho más especializados, contextualizados y en profundidad de los temas culturales en cuestión. Además de aspectos como la accesibilidad y la frecuencia de actualización
- b) No creo que la presencia de este tipo de espacios resulte un hándicap para el trabajo de los periodistas especializados, ya que pueden existir multitud de espacios al respecto pero nunca van a igualar la presencia de los periodistas especializados ni su calidad de contenidos.
- Otro (especifique)

4. En la primera ronda del cuestionario, las conclusiones de los expertos nos llevan a asegurar que el público se interesa tanto por los contenidos más especializados como por los contenidos más sencillos y funcionales. Teniendo en cuenta que los especializados tienden a mostrarse en los espacios concretos como blogs o webs especializadas:

¿Cómo cree que se podría fomentar que el público dirija sus búsquedas de información especializada hacia este tipo de espacios concretos en lugar de a los medios más generalistas, que a su vez, ofrecen otro tipo de información?

- a) Que estos espacios ofrezcan más cantidad de información cultural, con mayor contenido y mayor frecuencia de actualización.

- b) Que estos espacios concretos amplíen su promoción y publicidad con el fin de ser encontradas y seguidas más fácilmente por el público.
- c) Comenzar a educar a la población hacia la importancia de una información de materia cultural más especializada.
- Otro (especifique)

5. Si ha finalizado la encuesta indique, por favor, sus datos personales (nombre e institución) a modo de control de participación en la encuesta.

Muchas gracias de nuevo por su tiempo y su colaboración.

RONDA I de Preguntas | Protagonistas del mundo Cultural

1. Complete la siguiente afirmación con la opción que le parezca más acertada:

"En un futuro, se sentirá satisfecho con la información cultural que se encuentre a través de Internet..."

- Sí, estaré satisfecho, porque se tratará la cultura desde el punto profesional que merece, profundizando en la calidad de la misma.
- No, no me sentiré satisfecho, creo que se no se le otorgará la importancia que merece y que la cultura quedará relegada a intereses comerciales.

2. Cree que en un futuro, la información que aparezca en Internet sobre cultura en general, tendrá el siguiente efecto sobre el público:

- Hará que el público se aproxime a la cultura, se interese por ella como fenómeno.
- Hará que el público se aleje de la cultura (no profundice en ella) y la vea como un simple medio de entretenimiento.

3. Considere la siguiente afirmación e indique su grado de conformidad con ella de acuerdo a las opciones desplegadas en la pestaña:

"En un futuro, la información sobre cultura que se ofrezca en Internet será un

aliciente para solventar (mejorar) la conocida como situación crítica en la que se ve sumida la cultura."

- Totalmente de Acuerdo
- En desacuerdo
- Algo en desacuerdo

4. Valore el grado de influencia que tendrá en el futuro cada uno de los siguientes ACTORES para DIFUNDIR información Cultural:

	Muy influyente	Influyente	Poco Influyente	Nada Influyente
Los medios generalistas en Internet (diarios digitales con amplitud de áreas temáticas) El país.es, El Mundo, Teinteresa.es, Público.es...				
Los medios especializados de carácter clásico: El Mundo, Babelia... (Por ejemplo)				
páginas especializadas en Internet sobre arte: Hoyesarte.es, Revistadelibros.com, RevistaLeer.es...				
Páginas o blogs personales de los profesionales en la cultura (artistas: actores, escultores...)				

5. ¿De quién cree que será la función de elaborar la información cultural que encuentre en la red?

- De los mismos profesionales del arte
- De los gabinetes de comunicación de las grandes compañías
- De los periodistas especializados de los diferentes medios
- De Agencias de Información

6. Considera que en un futuro la información de cultura que aparezca en Internet:

- Tendrá más relevancia social que ahora
- Tendrá la misma relevancia Social que ahora
- Irá perdiendo relevancia y ,por tanto, interés entre el público

7. En el futuro, qué forma creen que tendrán los artistas o profesionales del arte para poder difundir su trabajo y darlo a conocer a través de Internet?

- Blogs o espacios personales donde hablar de nuestro trabajo.
- Webs especializadas donde poder hacer referencia exclusivamente a contenidos culturales.
- No será necesario un espacio concreto para difundir cultura, los medios generalistas le otorgarán más espacio y tiempo de tratamiento especializado en vista del interés que despierta.

8. ¿Qué alternativas de comunicación cree que serán necesarias en un futuro para informar al público sobre cultura?

- Será necesario fomentar la presencia de profesionales especializados en los medios de difusión.
- Será necesario fomentar la presencia y difusión de espacios particulares de profesionales del arte.
- Creo que no será necesaria ninguna alternativa, que la información que se ofrezca sobre cultura será completamente adecuada.
- Otro (especifique)

9. ¿Qué medios digitales (españoles o no y de cualquier tamaño o tipo) considera que son imprescindibles para estar informado de la actualidad cultural?

Sólo para esta pregunta tenga en cuenta el momento presente y no uno futuro. Señale, por favor, los medios que considere más importantes, por orden de mayor a menor importancia (máximo 5):

10. Si considera que existe alguna otra cuestión de relevancia acerca del futuro de la comunicación cultural, por favor, enúnciela:

RONDA II de Preguntas | Protagonistas del mundo Cultural

1. En la primera ronda del cuestionario, los apartados consultados se han mostrado inclinados hacia estas dos tendencias futuras:

En primer lugar: Los medios generalistas (periódicos generalistas digitales o de tradición impresa) van a optar por informar sobre contenidos culturales menos complejos y más fáciles de entender por la mayoría de sus públicos.

En segundo Lugar: Los espacios que más tienden hacia la especialización y mayor conocimiento cultural van a ser las páginas especializadas, blogs propios de profesionales...

Relacionando ambas tendencias, indique la probabilidad del siguiente escenario:

"Una parte creciente de la población se quedará al margen del conocimiento cultural, bien porque su consumo de información se realiza fundamental y exclusivamente a través de medios de comunicación masivos, o porque se utiliza Internet para otros fines diferentes a informarse o ampliar conocimientos."

- Muy probable
- Poco Probable
- Nada Probable
- Otro (especifique)

2. En la primera ronda del cuestionario, los apartados consultados nos han encaminado a las siguientes conclusiones:

"En un futuro será necesario el apoyo a la cultura desde el ámbito gubernamental para que la situación de la cultura mejore y, por ende, la situación de los protagonistas de la misma."

"Una de las opciones fundamentales de la ayuda a la cultura versa en fomentar la presencia de la cultura en medios de comunicación de masa (radio y televisión)"

Teniendo en cuenta estas ideas: qué medidas de ayuda cree que deben ser esenciales para que estas ayudas a la cultura, presencia en comunicación de masas incluida, lleguen a buen puerto.

- Ayuda Económica:* por parte de los responsables a nivel estatal para poder fomentar la mejora de la cultura.
- Ayuda Comunicativa:* Ampliar el número de espacios webs o espacios concretos en diferentes medios que ofrezcan información cultural de calidad.

- *Formación (Educación del público):* Hacer que el público valore la presencia de los espacios dedicados a la información cultural de calidad.
- *Promoción:* Fomentar la promoción y publicidad que se le otorga a los espacios destinados a información cultural; en internet y en los medios de comunicación de masas.
- *Otro (especifique)*

3. Una de las conclusiones indiscutibles de las encuestas realizadas radica en que las webs especializadas son las que se van a encargar en un futuro de ofrecer contenidos especializados en cultura.

Desde esta perspectiva, ¿cree que a los protagonistas del ámbito cultural les resta alguna opción para potenciar esta forma de fomentar la información especializada en cultura?

- Poner en marcha espacios webs propios en los que informar de todos sus movimientos artísticos.
- Estar en constante contacto con periodistas que le ayuden a gestionar su presencia en Internet y difundir diferentes contenidos en los medios adecuados. Pero serán estos profesionales de la información los que tengan mayor trabajo.
- No creo que por parte de los protagonistas en cultura sea necesario mucho trabajo, ya que es más una labor de profesionales especializados en la materia que se van a encargar de gestionar estos espacios.
- Otro (especifique)

4. Finalmente, teniendo en cuenta y aunando todas las tendencias a las que nos ha llevado la primera fase de la encuesta, considere la siguiente afirmación:

“El protagonista del mundo cultural (artistas) en un futuro va a estar mucho más valorado, como consecuencia directa de la mejora de la situación cultural como fenómeno dentro de la sociedad”

- Muy de acuerdo
- Nada de acuerdo
- Otro (especifique)

5. Si ha finalizado la encuesta, por favor, señale sus datos personales (nombre y cargo) con el único fin de establecer un control de participación sobre la misma.

Muchas gracias por su colaboración y por su tiempo.

VII. MÉTODO DELPHI- RESULTADOS

RONDA I. GABINETES DE COMUNICACIÓN CULTURAL

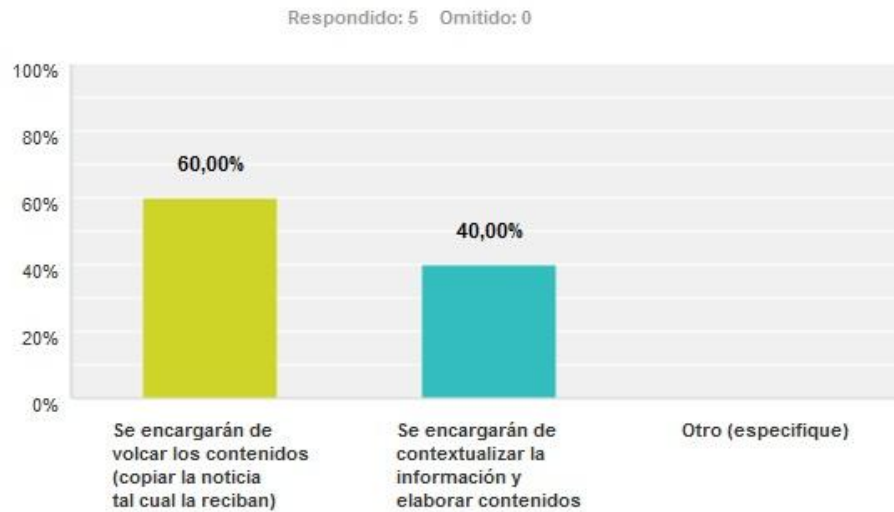
1. En un futuro; ¿con qué medios cree que tendrán más relación los Gabinetes de comunicación de Instituciones Culturales?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	4,00	2,00	2,20	0,98

2. ¿Qué tratamiento cree que ofrecerán los medios a los contenidos culturales que usted les facilite?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	2,00	1,00	1,40	0,49

3. ¿Qué tipo de contenidos culturales cree que primarán en los medios en general?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	2,00	1,00	1,20	0,40

4. ¿Cuál será el interés de un Gabinete de comunicación a la hora de ofrecer información cultural a los medios?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
2,00	2,00	2,00	2,0	0,00

5. ¿Qué papel cree que tendrán los Gabinetes de Comunicación en un futuro?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
2,00	4,00	3,00	3,00	0,89

6. ¿Prevé que en un futuro estarán satisfechos con la imagen que se ofrezca en Internet de la realidad cultural?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
2,00	2,00	2,00	2,00	0,00

7. ¿Prevé que cambiará el interés del público hacia la información cultural?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
2,00	3,00	2,00	2,40	0,49

8. ¿Cree que será necesaria alguna alternativa de comunicación para ofrecer información especializada en Cultura?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
2,00	2,00	2,00	2,00	0,00

9. ¿Qué medios digitales considera imprescindibles hoy en día para estar informado de la actualidad cultural?¹⁶⁷

- *Los medios digitales generalistas*: Elpais.com, Elmundo.es, La Vanguardia (...)
- *Blogs especializados de información cultural* (Hoyesarte, mas que arte, El núvol, Colario...)
- Desgraciadamente, ninguno es imprescindible porque la actualidad cultural no es que esté relegada es que prácticamente no existe.

¹⁶⁷ La respuesta a esta pregunta no cuenta con una gráfica de resultados puesto que se trataba de una respuesta de redacción en la que al encuestado se le demandaba que redactase su lista personal de medios imprescindibles. Por tanto, los medios que más se han destacado en las cinco respuestas obtenidas son las que se recogen en la lista anterior, es decir, los medios generalistas como El país.com y El mundo.es principalmente.

En un segundo lugar los blogs y páginas webs especializadas de información cultural.

En lo que respecta a la última respuesta destaca por ser la respuesta a la que ha optado uno de los encuestados.

RONDA I. PERIODISTAS ESPECIALIZADOS

1. ¿Considera que en un futuro aparecerá la figura del periodista especializado en Cultura en Internet?¹⁶⁸



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	3,00	2,00	2,00	0,89

¹⁶⁸ En este caso, la respuesta de Otro, está relacionada con una de las respuestas anteriores, ya que hace referencia a la respuesta de varios profesionales que, si bien, consideran que sí será necesaria la figura del periodista especializado en internet, quieren dejar patente que esa imagen ya existe y ya es importante hoy en día.

2. ¿De qué fuentes de información se nutrirán los periodistas especializados para ofrecer información cultural?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
2,00	4,00	4,00	3,60	0,80

3. Valore el grado de influencia que tendrá en el futuro cada uno de los siguientes ACTORES para DIFUNDIR información Cultural:



169

Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
2,00	5,00	3,00	3,40	1,36

¹⁶⁹ La opción de Otros incluye dos respuestas en las que consideran el siguiente orden: Creo que el orden de influencia será el siguiente: - Medios especializados de carácter clásico - Páginas especializadas en Internet sobre arte - Medios generalistas de Internet - Páginas o blogs personales de profesionales de la cultura y las webs especializadas en primer lugar, después blogs y webs personales, tercero medios clásicos especializados y por último los generalistas clásicos.

4. ¿Qué alternativas de comunicación fomentaría en un futuro para dar mayor visibilidad a la información cultural en la red?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	2,00	1,00	1,33	0,47

5. ¿Cree que Internet se convertirá en la única vía de comunicación mediante la que ofrecer Cultura?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
3,00	3,00	3,00	3,00	0,00

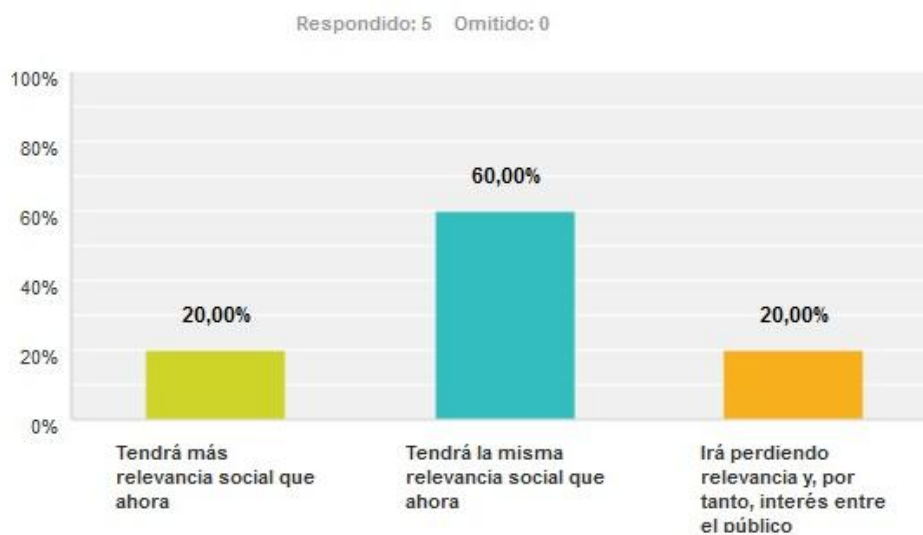
6. ¿Qué tipo de información cultural será más demandada por el público?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	3,00	2,00	1,80	0,75

7. ¿Qué influencia tendrá la información Cultural en la Sociedad?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	3,00	2,00	2,00	0,63

8. ¿Qué géneros periodísticos cree que primarán en Internet para informar sobre cultura en un futuro?



170

Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	3,00	2,00	2,00	0,63

9. ¿Qué medios digitales considera imprescindibles hoy en día para estar informado de la actualidad cultural?¹⁷¹

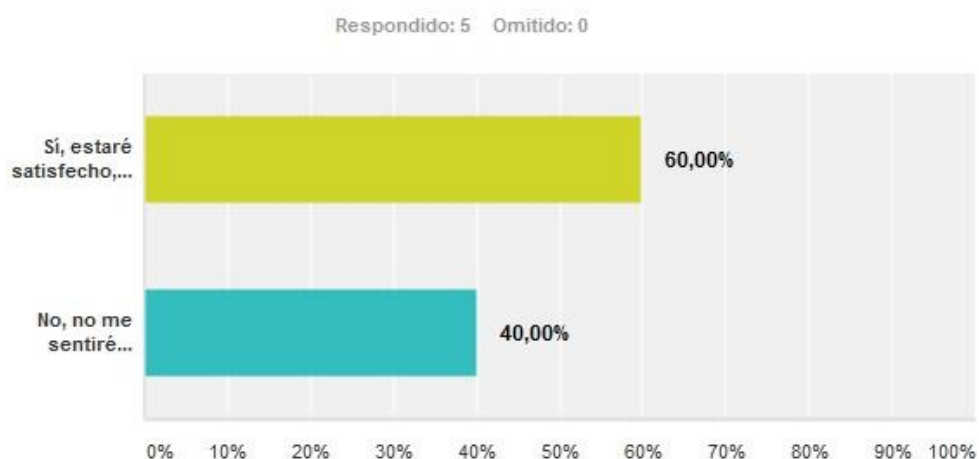
- Medios especializados clásicos como son el caso de Babelia, El Cultural, ABC Cultural
- Webs o revistas especializadas: Rolling Stones, Letras libres, Hablar en arte (...)

¹⁷⁰ La Respuesta Otros incluye la respuesta de 1 experto con la siguiente consideración: Reportajes, crónicas y reseñas. El valor testimonial de la información en primera persona. La fuerza de la marca personal y la credibilidad.

¹⁷¹ Las respuestas a esta cuestión de la encuesta no constan una gráfica que contenga los resultados ya que se trata de una respuesta en la que se demandaba al encuestado que diese respuestas redactadas. Por tanto, recogemos las respuestas más repetidas entre las que destacan *Babelia* y *El Cultural* como los medios más utilizados según los periodistas especializados para difundir información especializada actualmente, seguidos de algunas páginas especializadas como las que son mencionadas.

RONDA I. PROTAGONISTAS CULTURALES

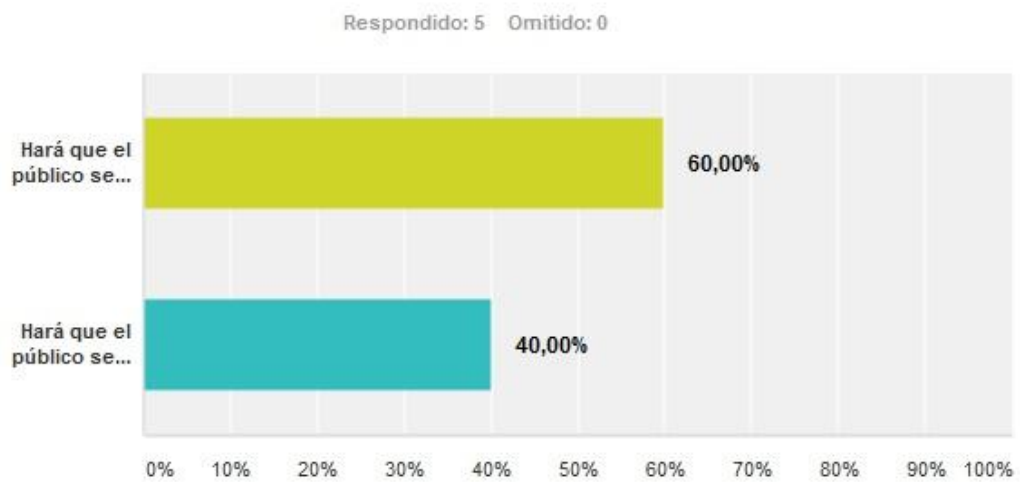
1. Complete la siguiente afirmación con la opción que le parezca más acertada: "En un futuro, se sentirá satisfecho con la información cultural que se encuentre a través de Internet..."



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	2,00	1,00	1,40	0,49

2. Cree que en un futuro, la información que aparezca en Internet sobre cultura en general, tendrá el siguiente efecto sobre el público:¹⁷²



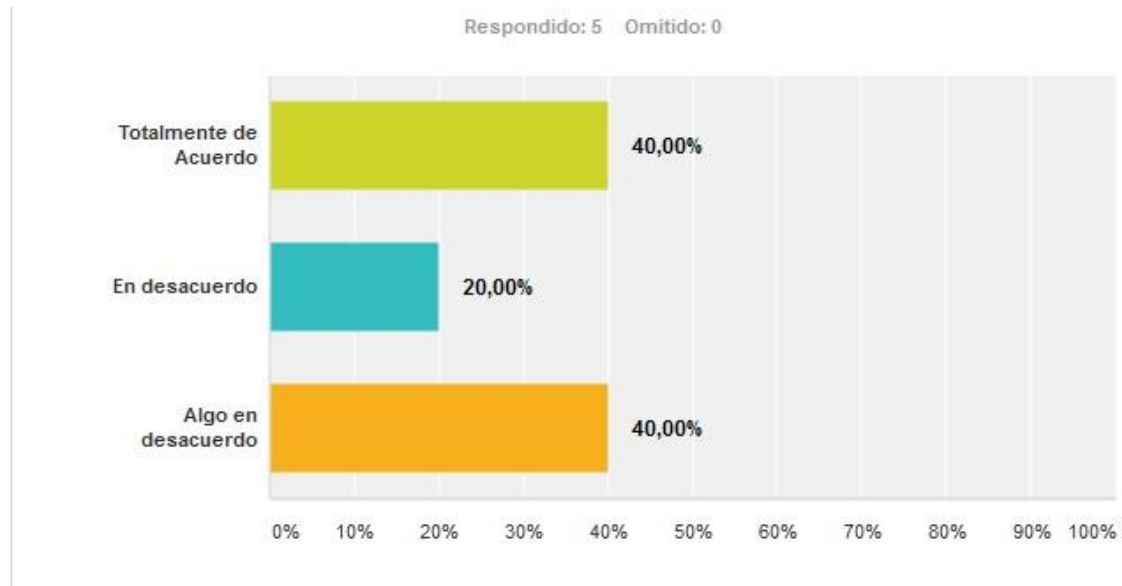
Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	2,00	1,00	1,40	0,49

¹⁷² **Opción 1:** Hará que el público se interese por contenidos más funcionales y sencillos.

Opción 2: Hará que el público se interese por los contenidos culturales más elaborados y especializados.

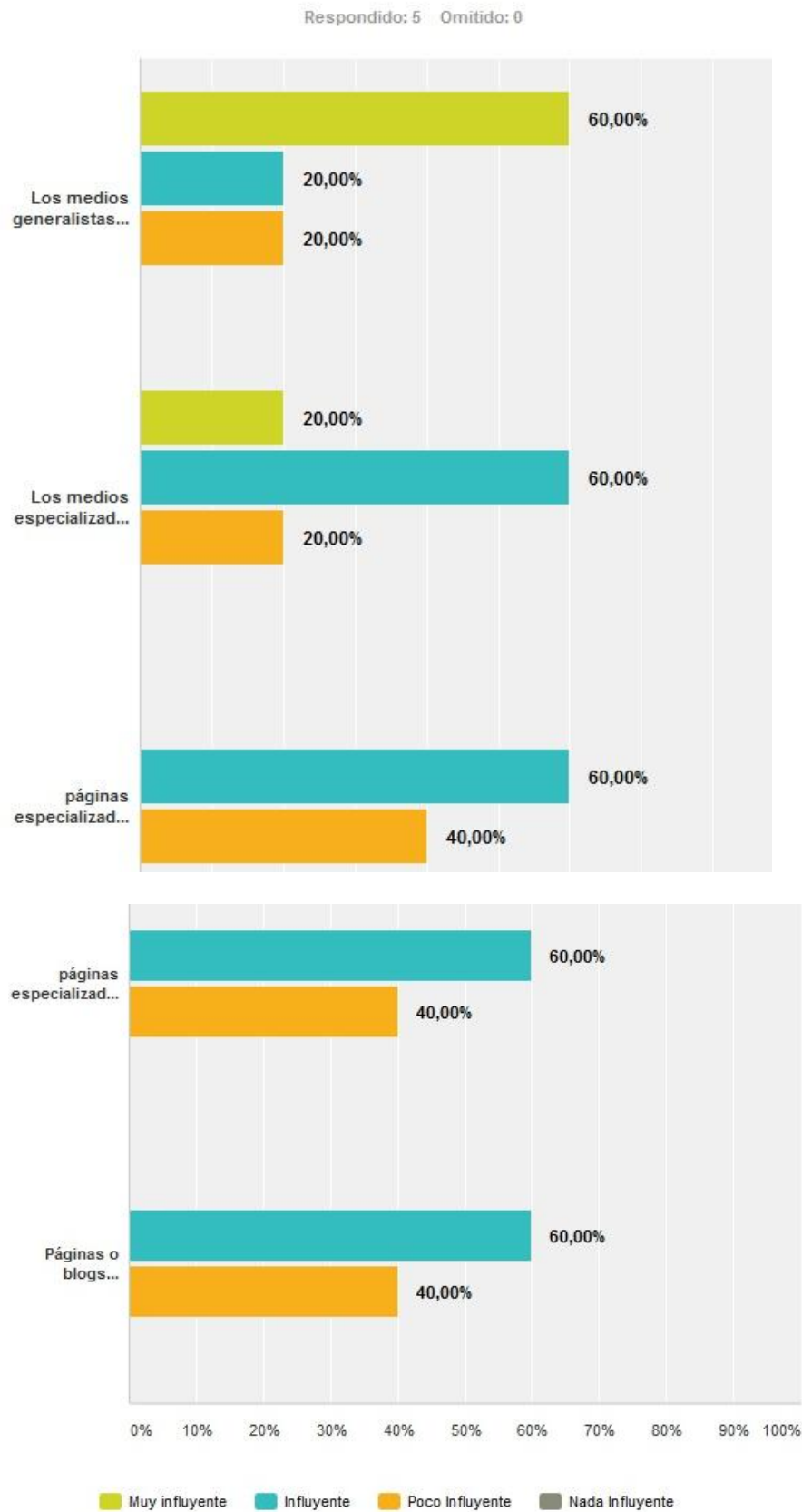
3. Considere la siguiente afirmación e indique su grado de conformidad con ella de acuerdo a las opciones desplegadas en la pestaña: "En un futuro, la información sobre cultura que se ofrezca en Internet será un aliciente para solventar (mejorar) la conocida como situación crítica en la que se ve sumida la cultura."



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	3,00	2,00	2,00	0,89

4. Valore el grado de influencia que tendrá en el futuro cada uno de los siguientes ACTORES para DIFUNDIR información Cultural:



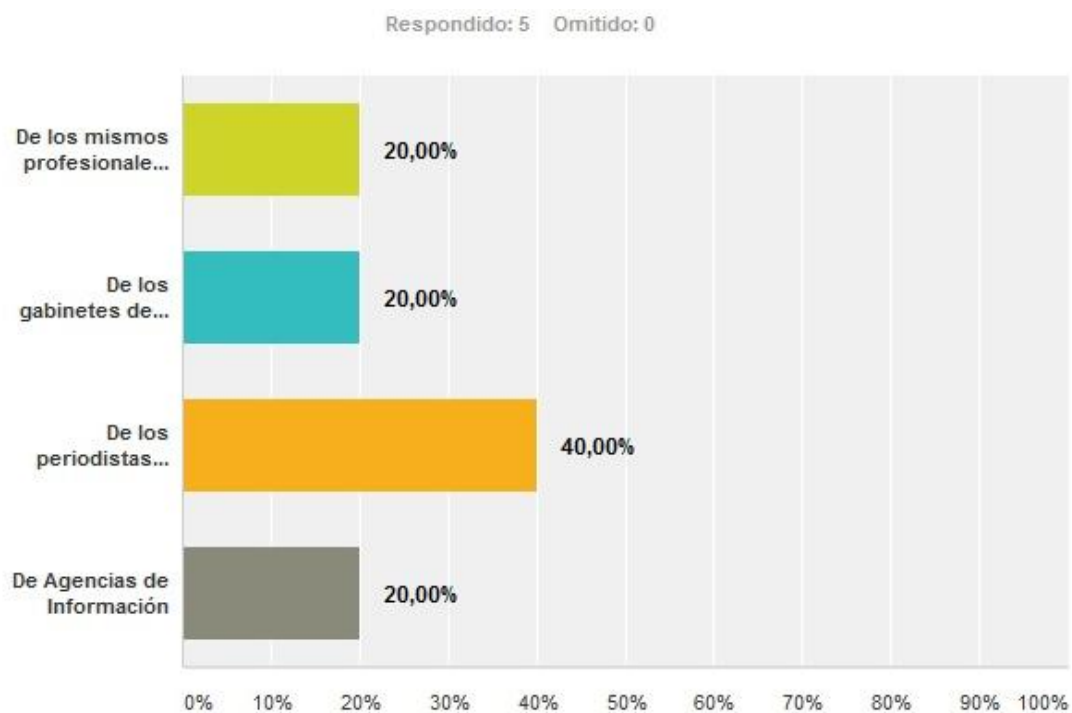
Tratamiento de los contenidos culturales en soportes periodísticos de carácter digital

Lucía Carrera Romero. Universidad Complutense de Madrid

Estadísticas básicas

	Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
Los medios generalistas en Internet	1,00	3,00	1,00	1,60	0,80
Los medios especializados de carácter clásico	1,00	3,00	2,00	2,00	0,63
Páginas especializadas en Internet sobre cultura	2,00	3,00	2,00	2,40	0,49
Páginas o blogs personales de profesionales de cultura	2,00	3,00	2,00	2,40	0,49

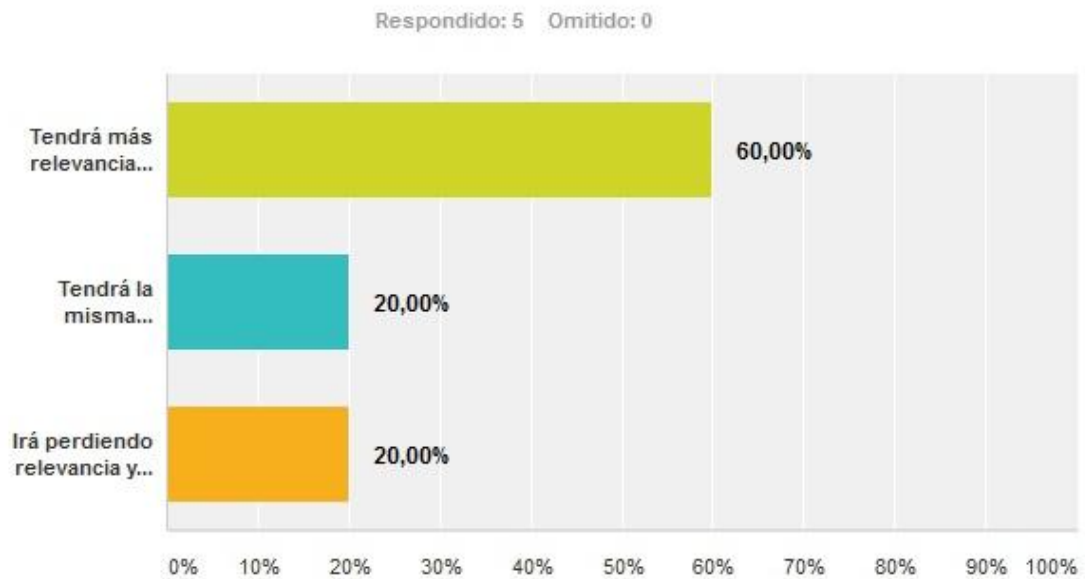
5. ¿De quién cree que será la función de elaborar la información cultural que encuentre en la red?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	4,00	3,00	2,60	1,02

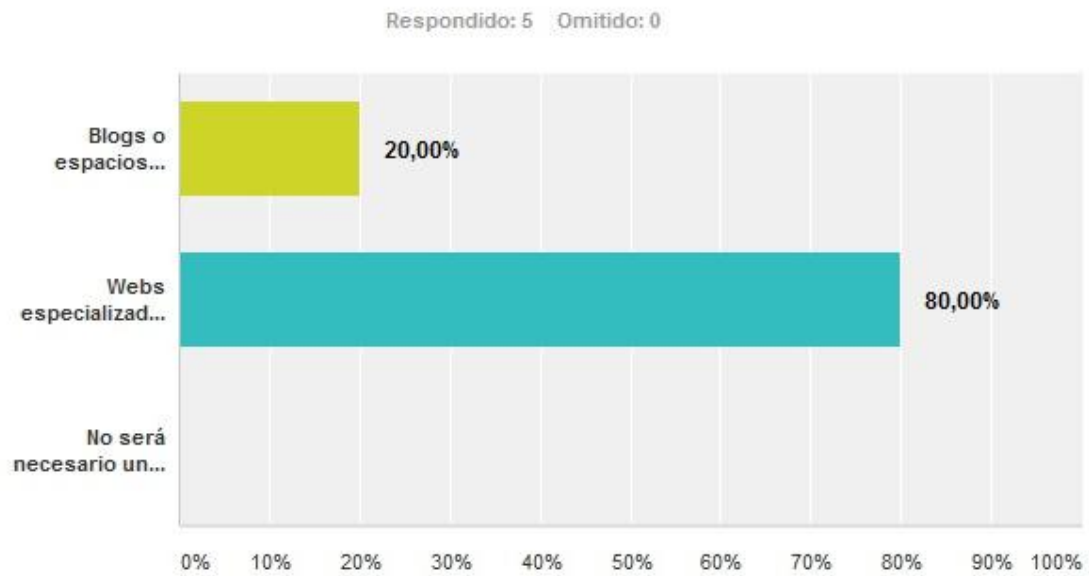
6. Considera que en un futuro la información de cultura que aparezca en Internet:



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	2,00	2,00	1,80	0,40

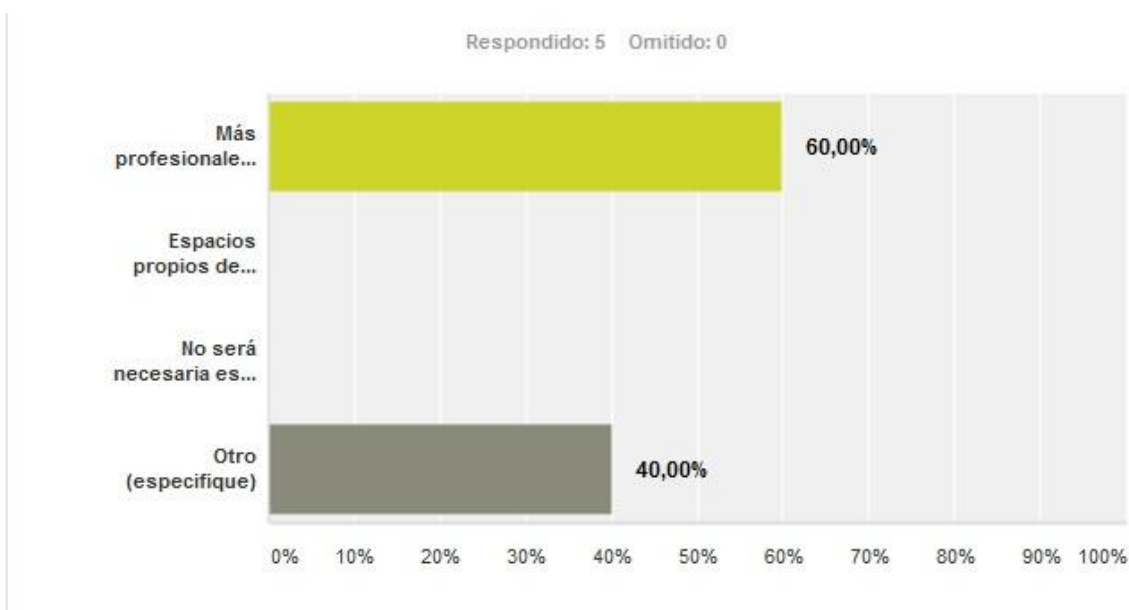
7. En el futuro, qué forma creen que tendrán los artistas o profesionales del arte para poder difundir su trabajo y darlo a conocer a través de Internet?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	2,00	2,00	1,80	0,40

8. ¿Qué alternativas de comunicación cree que serán necesarias en un futuro para informar al público sobre cultura?¹⁷³



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	4,00	1,00	2,20	1,47

¹⁷³ Las opciones que forman esta pregunta son las siguientes: **1.** Fomentar la presencia de los profesionales especializados en información cultural, **2.** Fomentar la presencia de profesionales del mundo de la cultura, **3.** No será necesaria ninguna alternativa de comunicación cultural, y por último, la opción de *Otros*, que incluye dos respuestas de expertos en la siguiente línea:

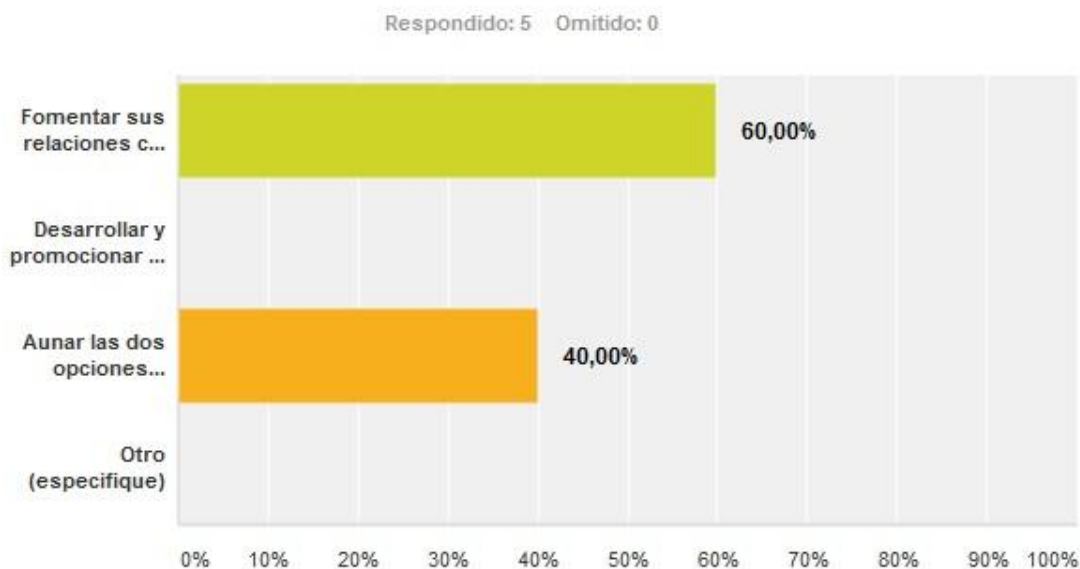
- Será necesaria una apuesta gubernamental de apoyo a la cultura que la potencie en todos los aspectos (creación, ejecución y difusión) y que no actúe en detrimento de ella.
- La presencia de la cultura en los medios de comunicación de masas (TV y Radio)

9. ¿Qué medios digitales considera imprescindibles hoy en día para estar informado de la actualidad cultural?¹⁷⁴

- Medios especializados clásicos como el caso de Babelia y El Cultural (principalmente)
- Los periódicos generalistas (El país y El Mundo)
- Las webs especializadas
- La televisión como el medio más potente (a pesar de lo poco que se centra en la cultura) y las productoras que impulsan la cultura (ya sean públicas o privadas)

RONDA II. GABINETES DE COMUNICACIÓN CULTURAL

1. En la primera ronda de la encuesta, las opiniones de los expertos consultados nos llevan a afirmar que la tendencia hacia la información especializada en cultura será hacia las webs especializadas. Ante esta circunstancia; **¿Qué estrategias de comunicación considera que deberían aplicar los gabinetes de comunicación para poder hacer llegar sus contenidos al público?**



¹⁷⁴ En esta pregunta de la encuesta las respuestas no están recogidas en un gráfico, como en el resto de casos puesto que la demanda de respuesta a los encuestados se centraba en la redacción de los medios que consideraban imprescindibles, por tanto, recogemos una enumeración de los medios más mencionados entre las respuestas: en las que destacan los medios especializados como Babelia y El Cultural, seguidos de los medios generalistas y en los últimos lugares las páginas webs especializadas y la mención especial de uno de los encuestados a los medios como la televisión.

Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	3,00	1,00	1,80	0,98

2. En la primera ronda del cuestionario, los apartados consultados se han mostrado inclinados hacia estas dos tendencias futuras:

En primer lugar: Los medios generalistas (periódicos generalistas digitales o de tradición impresa) van a optar por informar sobre contenidos culturales menos complejos y más fáciles de entender por la mayoría de sus públicos.

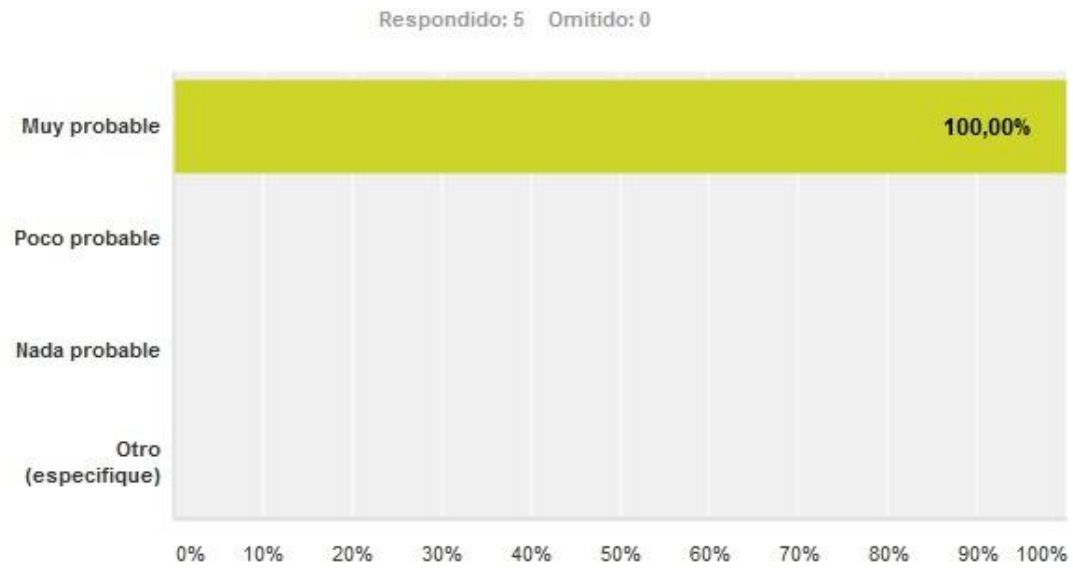
En segundo Lugar: Los espacios que más tienden hacia la especialización y mayor conocimiento cultural van a ser las páginas especializadas, blogs propios de profesionales...

Relacionando ambas tendencias, indique la probabilidad del siguiente escenario:

"Una parte creciente de la población se quedará al margen del conocimiento cultural, bien porque su consumo de información se realiza fundamental y exclusivamente a través de medios de comunicación masivos, o porque se utiliza Internet para otros fines diferentes a informarse o ampliar conocimientos. "

Tratamiento de los contenidos culturales en soportes periodísticos de carácter digital

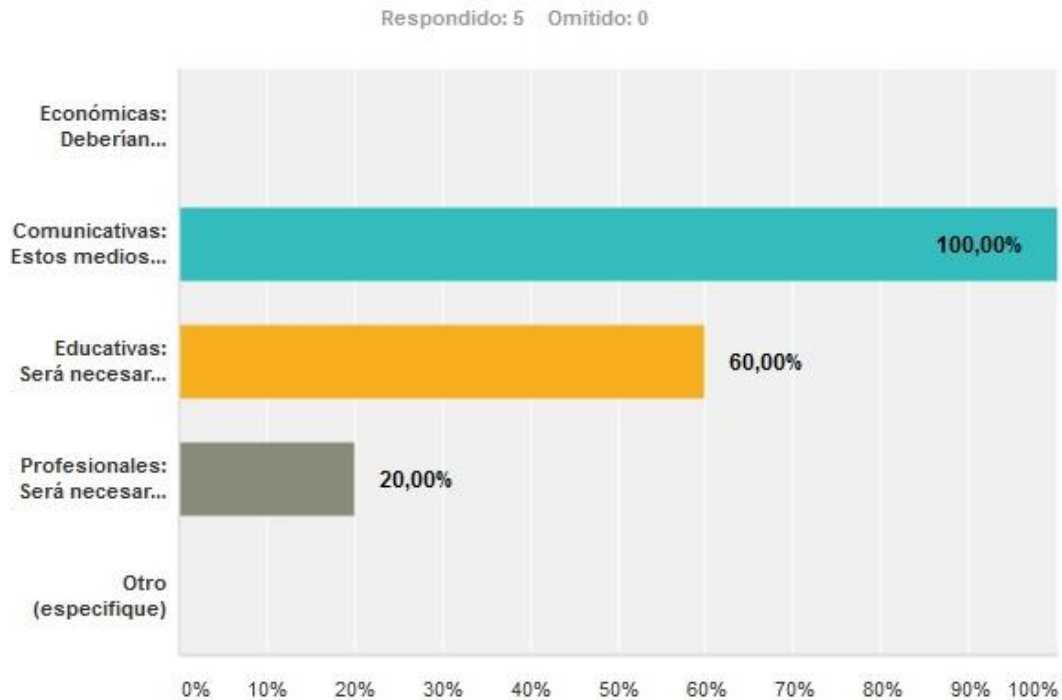
Lucía Carrera Romero. Universidad Complutense de Madrid



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	1,00	1,00	1,00	0,00

3. En la primera ronda del cuestionario, las conclusiones de los expertos nos llevan a asegurar que la información más especializada en cultura se ofrecerá efectivamente en webs mucho más concretas y particulares. **¿Qué condiciones tienen que darse para estos espacios se conviertan en fuentes prioritarias de información cultural a las que el público acceda para formarse e informarse culturalmente?**



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
2,00	4,00	2,00	2,56	0,68

4. Ante la previsible importancia que jugará la red para la transmisión de información cultural. ¿Qué va a suceder, en su opinión, en el ámbito profesional de la información?



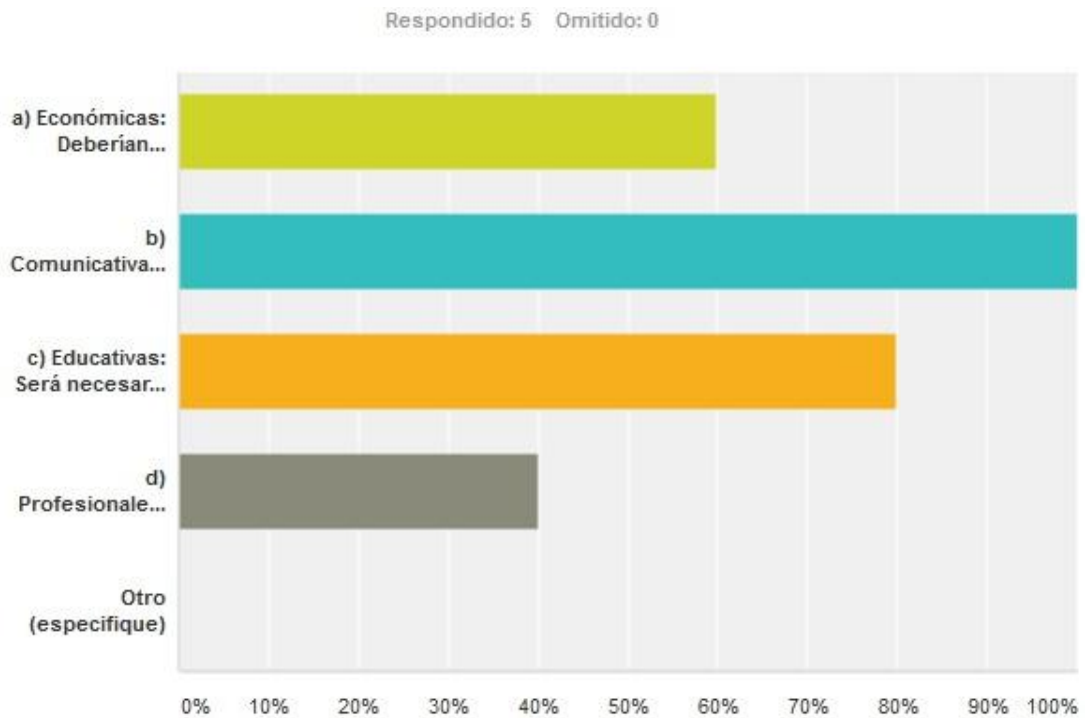
Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
2,00	2,00	2,00	2,00	0,00

RONDA II. PERIODISTAS ESPECIALIZADOS EN CULTURA

1. En la primera ronda del cuestionario, las conclusiones de los expertos nos llevan a asegurar que la información más especializada en cultura se ofrecerá efectivamente en webs mucho más concreta y particular.

¿Qué condiciones tienen que darse para que estos espacios se conviertan en fuentes prioritarias de información cultural a las que el público acceda para formarse e informarse culturalmente?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	4,00	2,00	2,36	0,97

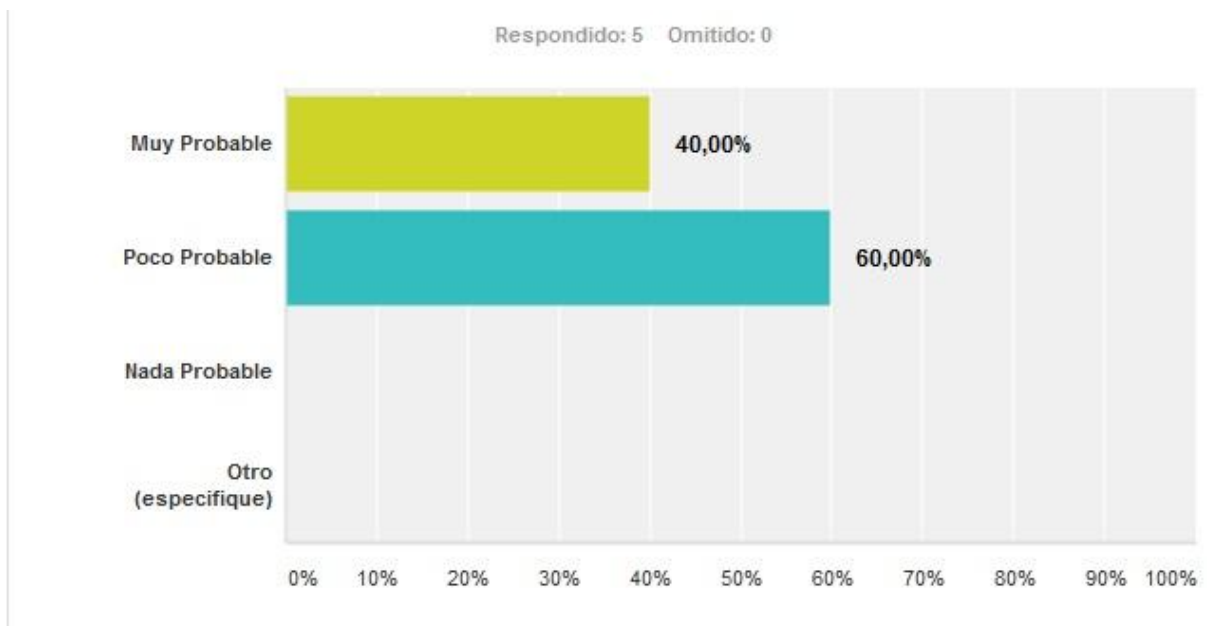
2. En la primera ronda del cuestionario, los apartados consultados se han mostrado inclinados hacia estas dos tendencias futuras:

En primer lugar: Los medios generalistas (periódicos generalistas digitales o de tradición impresa) van a optar por informar sobre contenidos culturales menos complejos y más fáciles de entender por la mayoría de sus públicos.

En segundo Lugar: Los espacios que más tienden hacia la especialización y mayor conocimiento cultural van a ser las páginas especializadas, blogs propios de profesionales...

Relacionando ambas tendencias, indique la probabilidad del siguiente escenario:

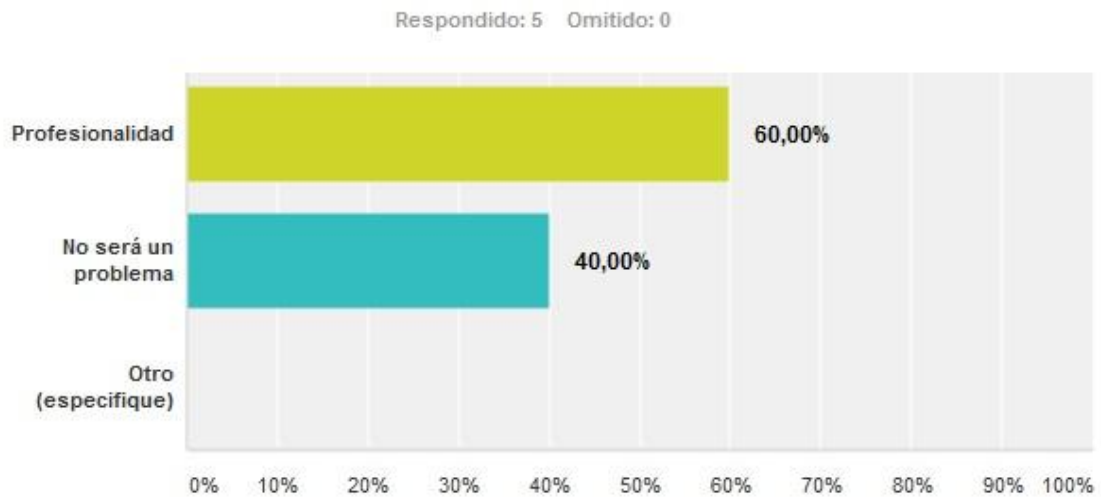
"Una parte creciente de la población se quedará al margen del conocimiento cultural, bien porque su consumo de información se realiza fundamental y exclusivamente a través de medios de comunicación masivos, o porque se utiliza Internet para otros fines diferentes a informarse o ampliar conocimientos. "



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	2,00	2,00	1,60	0,49

3. Ante la importancia de los espacios propios, webs especializadas, blogs personales... de profesionales de la cultura como fuentes de información especializada. Es muy posible que aparezcan multitud de espacios de personas que se encargan de hablar de cultura, sin ser profesionales en ello. **¿Cómo cree que puede el periodista especializado solventar este problema y hacer valer su trabajo informativo?**

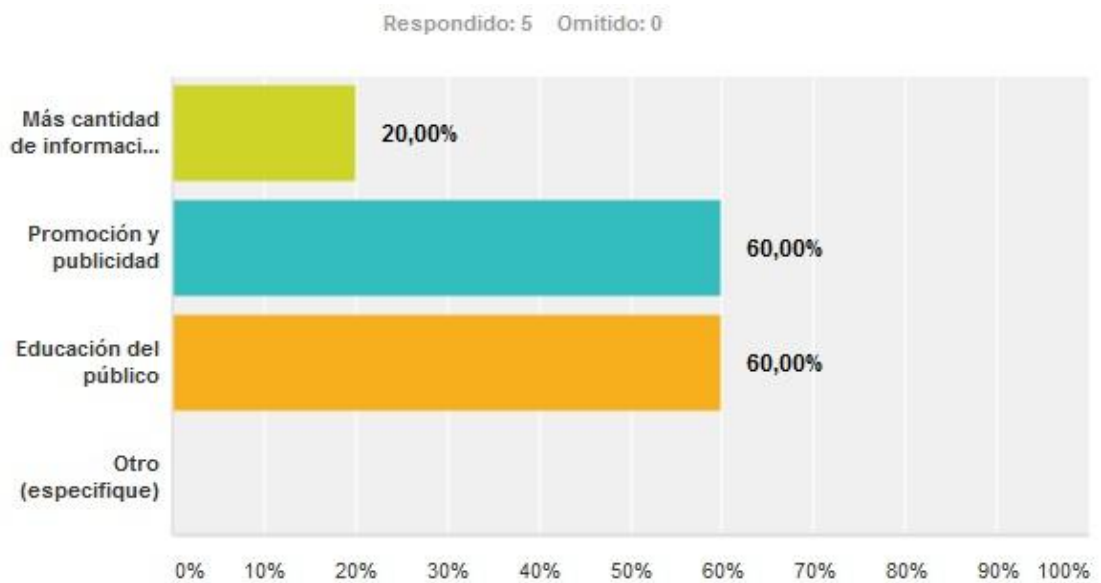


Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	2,00	1,00	1,40	0,49

4. En la primera ronda del cuestionario, las conclusiones de los expertos nos llevan a asegurar que el público se interesa tanto por los contenidos más especializados como por los contenidos más sencillos y funcionales.

Teniendo en cuenta que los especializados tienden a mostrarse en los espacios concretos como blogs o webs especializadas: **¿Cómo cree que se podría fomentar que el público dirija sus búsquedas de información especializada hacia este tipo de espacios concretos en lugar de a los medios más generalistas, que a su vez, ofrecen otro tipo de información?**



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	3,00	2,00	2,29	0,70

RONDA II. PROTAGONISTAS DEL MUNDO DE LA CULTURA

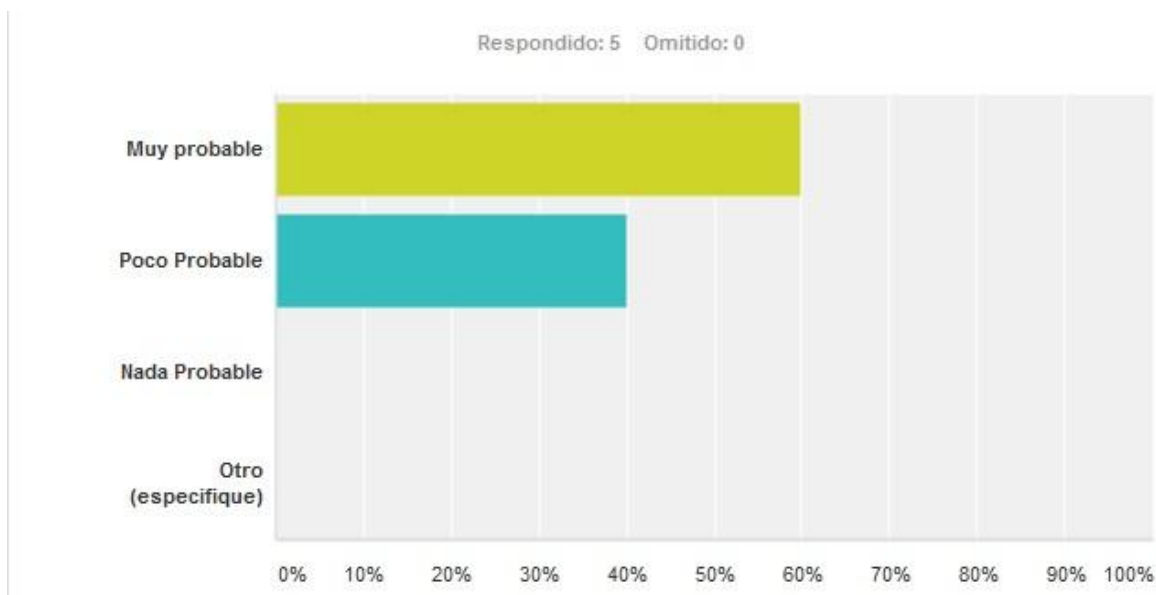
1. En la primera ronda del cuestionario, los apartados consultados se han mostrado inclinados hacia estas dos tendencias futuras:

En primer lugar: Los medios generalistas (periódicos generalistas digitales o de tradición impresa) van a optar por informar sobre contenidos culturales menos complejos y más fáciles de entender por la mayoría de sus públicos.

En segundo Lugar: Los espacios que más tienden hacia la especialización y mayor conocimiento cultural van a ser las páginas especializadas, blogs propios de profesionales...

Relacionando ambas tendencias, indique la probabilidad del siguiente escenario:

"Una parte creciente de la población se quedará al margen del conocimiento cultural, bien porque su consumo de información se realiza fundamental y exclusivamente a través de medios de comunicación masivos, o porque se utiliza Internet para otros fines diferentes a informarse o ampliar conocimientos. "



Estadísticas básicas

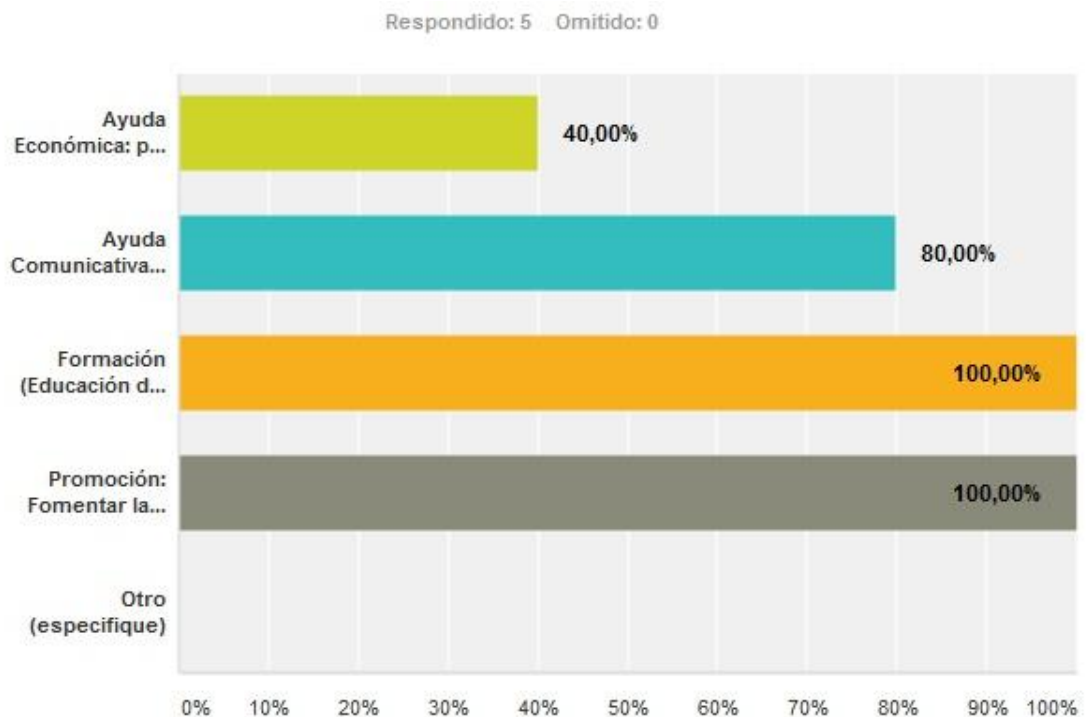
Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	2,00	1,00	1,40	0,49

2. En la primera ronda del cuestionario, los apartados consultados nos han encaminado a las siguientes conclusiones:

“En un futuro será necesario el apoyo a la cultura desde el ámbito gubernamental para que la situación de la cultura mejore y, por ende, la situación de los protagonistas de la misma.”

“Una de las opciones fundamentales de la ayuda a la cultura versa en fomentar la presencia de la cultura en medios de comunicación de masa (radio y televisión)”

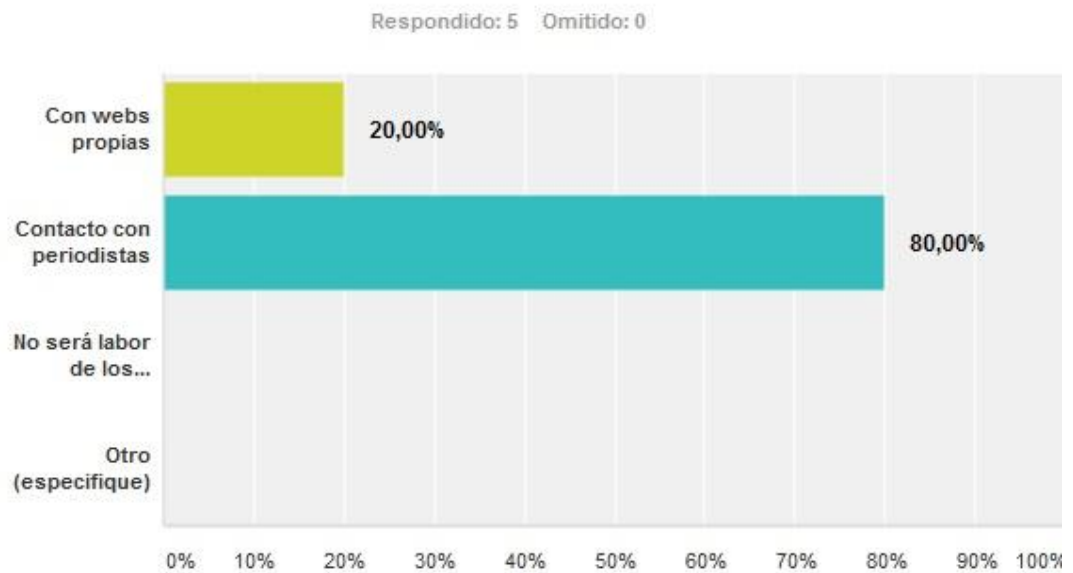
Teniendo en cuenta estas ideas: ¿qué medidas de ayuda cree que deben ser esenciales para que estas ayudas a la cultura, presencia en comunicación de masas incluida, lleguen a buen puerto?



Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	4,00	3,00	2,81	1,01

3. Una de las conclusiones indiscutibles de las encuestas realizadas radica en que las webs especializadas son las que se van a encargar en un futuro de ofrecer contenidos especializados en cultura. Desde esta perspectiva, **¿cree que a los protagonistas del ámbito cultural les resta alguna opción para potenciar esta forma de fomentar la información especializada en cultura?**

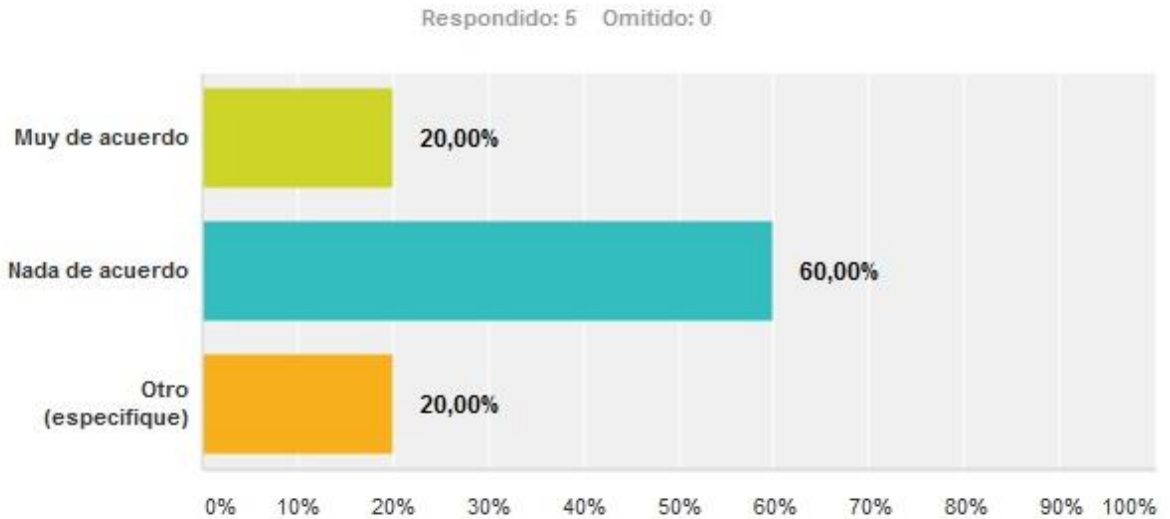


Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	2,00	2,00	1,80	0,40

4. Finalmente, teniendo en cuenta y aunando todas las tendencias a las que nos ha llevado la primera fase de la encuesta, considere la siguiente afirmación:

“El protagonista del mundo cultural (artistas) en un futuro va a estar mucho más valorado, como consecuencia directa de la mejora de la situación cultural como fenómeno dentro de la sociedad”

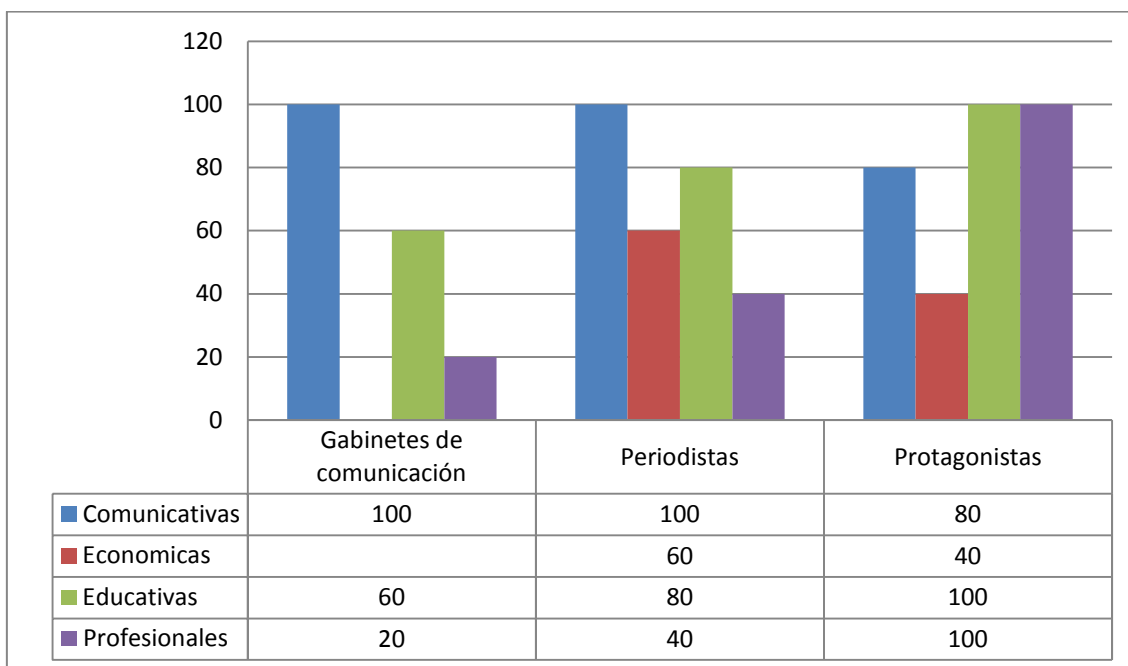


Estadísticas básicas

Mínimo	Máximo	Mediana	Media	Desviación estándar
1,00	3,00	2,00	2,00	0,63

VIII. CÓMPUTO DE LAS CONSIDERACIONES MÁS IMPORTANTES DE LOS RESULTADOS DEL SONDEO DE EXPERTOS

1. Ayudas para fomentar la presencia de las páginas Webs especializadas en contenidos culturales

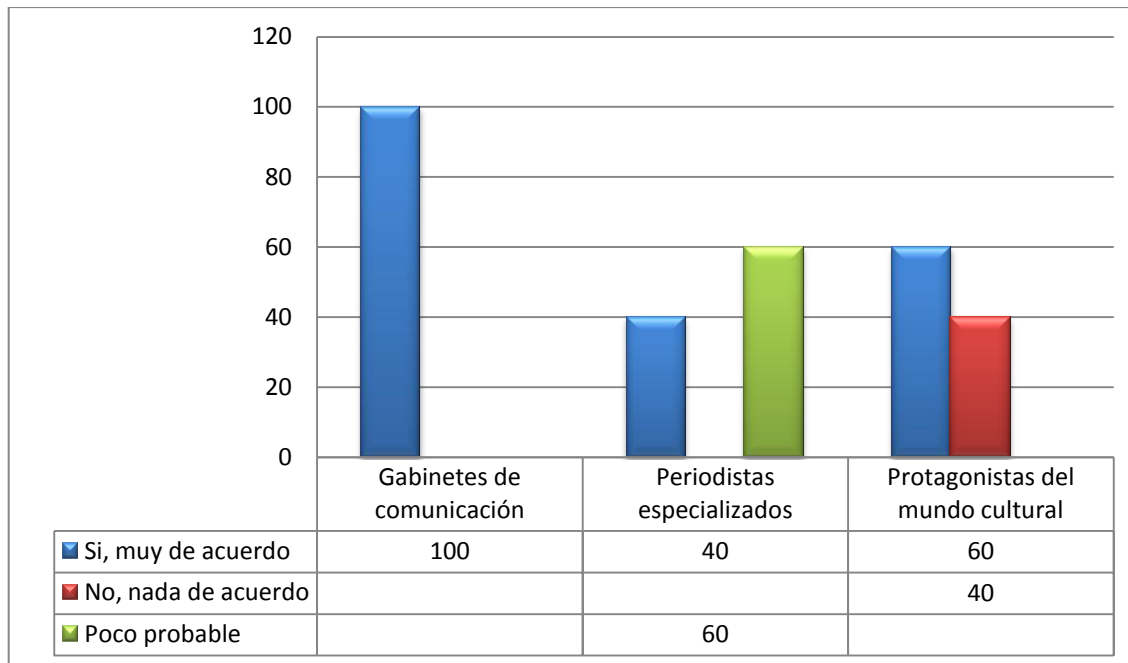


*Los datos recogidos en la gráfica recogen los datos en % de cada uno de los sectores encuestados.

Cómputo de resultados de encuestas a los tres ámbitos culturales (importancia de ayudas que deben recibir)

1. Ayudas comunicativas (14 Respuestas en general)
2. Ayudas educativas (12 Respuestas en general)
3. Incremento de profesionales en Información cultural (8 Respuestas en general)
4. Incremento de ayudas económicas (fuentes de financiación) (5 Respuestas en general)

2. ¿Se alejará el público de la cultura de calidad dada la tendencia de acceso a los medios generalistas para recibir información cultural?

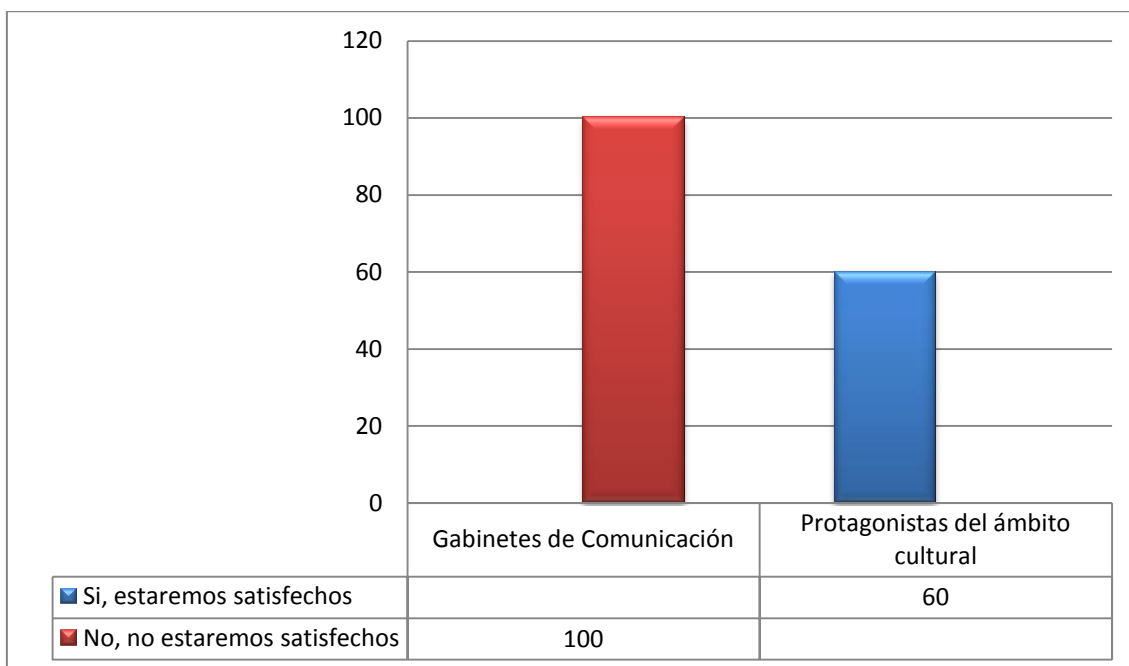


*Los datos recogidos en la gráfica recogen los datos en % de cada uno de los sectores encuestados.

Cómputo de los resultados de los tres ámbitos encuestados

1. Si, muy de acuerdo (10 Respuestas en general)
2. Poco probable (3 Respuestas en general)
3. No, nada de acuerdo (2 Respuestas en general)

3. ¿Estarán satisfechos en un futuro con la imagen que ofrezca acerca de la cultura en los medios digitales?¹⁷⁵



¹⁷⁵ Esta gráfica señala las tendencias que tienen los diferentes entornos protagonistas del mundo cultural respecto a imagen que se va a ofrecer de esta en un futuro. Por tanto, en lo que respecta a los gabinetes de comunicación cultural, dejan patente la idea de que no van a estar satisfechos con la imagen que se ofrezca en un futuro sobre la cultura.

En lo que respecta a los protagonistas del mundo cultural (artistas, actores, catedráticos...) destacan por tener una perspectiva más positiva acerca de la satisfacción que van a encontrar en la información cultural que se ofrezca en un futuro, sin embargo, es una tendencia que si completamos con las evidencias futuras y con las consideraciones que nos aportan otro tipo de respuestas nos llevan a una matización no tan evidente ni tan positiva como aparece a priori según estos datos.

