



PENSAR GLOBALMENTE, COMUNICAR GLOBALMENTE.

Los desafíos de comunicar en la Sociedad de la Información.

Es común escuchar que estamos transitando la Sociedad de la Información, una sociedad en la cual los cambios se suceden con rapidez y nos deslumbra la aparición de herramientas tecnológicas que se superan minuto a minuto. Las nuevas tecnologías - también conocidas como TIC´s, Tecnologías de la Información y la Comunicación- nos permiten recibir información con celeridad, muchas veces en tiempo real, pero también nos brindan la posibilidad de convertirnos en productores, emisores y difusores de nuevos contenidos. En los tiempos de Internet, las ofertas para armar espacios personales en la web son cada vez mayores. Los weblogs, normalmente conocidos como blogs, son un ejemplo de esto. La blogósfera está cada vez más nutrida de dichos espacios y ya se cuentan varios de miles inaugurados a diario. ¿Pero qué implicancias presenta esto en la Sociedad de la Información? ¿La proliferación de blogs y otros espacios personales hacen que la cantidad vaya en detrimento de la calidad y surja un cada vez más evidente narcisismo comunicacional? Hay vías de escape a esta tendencia a la fragmentación, y ciertamente se pueden ver, a nivel mundial, en colectivos tales como Indymedia (www.indymedia.org), o, en Argentina, en colectivos como La Vaca (<http://lavaca.org>) cuyos objetivos están vinculados con mostrar aquello que los grandes medios masivos no publican, principalmente por claras razones de agenda pero también en virtud de las limitaciones o línea editorial que esos mismos medios tienen como empresas de comunicación. Muchos de los colectivos arriba nombrados están vinculados –con mayor o menor organicidad- a distintas organizaciones sociales y comunitarias, de modo que se puedan transformar en una valiosa “voz” para las mismas. Los grandes medios masivos de comunicación, entonces, que en la actualidad presentan la forma de grandes conglomerados multimedia -y como tales, como empresas que persiguen un fin económico- no cubren las problemáticas de algunas minorías o pequeñas organizaciones. Es en este sentido que en el mundo globalizado del que hoy formamos parte, opciones como Internet -que por supuesto no es democratizadora en sí misma, sino sólo a través de la acción y de las prácticas de sujetos dispuestos a realizar tal potencial- deberán transformarse cada vez más en herramientas para democratizar la información y la comunicación. Esta tarea exigirá prescindir tanto como sea posible de acciones atomizadas, ya que el objetivo es sumar y articular voluntades individuales y encarnarlas en colectivos, para que las voces y las demandas de los distintos sectores se erijan en una voz poderosa frente a los murmullos individuales y frente a la lógica muchas veces exclusivamente comercial de los grandes medios masivos.

Barbara Keilty

Analista en Comunicación Social.

CICODI Argentina.



Centro de Integración, Cooperación y Desarrollo Internacional

www.cicodi.org