

Perspectivas y desafíos del sujeto mediático: La otredad de la comunicación en la radio contemporánea*

Durante Rincón, Esther**
Pineda de Alcázar, Migdalia***
Prieto de Ramos, Iris****

Resumen

Este artículo constituye un adelanto de investigación de los aspectos teóricos sobre la relación del sujeto productor que hace uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), y en especial de la radio multimedia, para conectarse con el usuario oyente, y establecer interacciones comunicativas a distancia. El trabajo se sustenta en el análisis cualitativo de los conceptos de mediación de Muniz Sodré; de comunidades de comunicación de Galindo Cáceres y de globalización de Mato y Colina; para ofrecer desde la perspectiva post-moderna de Lyotard, cuál es el rol del sujeto contemporáneo que se vincula con los demás a través de la radio multimedia, para conformar un espacio de alteridad mediada. Metodológicamente, trabajamos con Vassalo de Lopes y la visión transdisciplinaria sugerida por Pineda.

Palabras clave: Proceso radiofónico multimedia, comunicación, alteridad, globalización, perspectivas.

Recibido: 04-11-04 • Aceptado: 05-05-31

- * Este es un avance de la investigación desarrollada en el marco del proyecto CONDES 0474-2002 y de la tesis doctoral titulada "La racionalidad postmoderna del sujeto y el orden mediático de la comunicación: Deconstrucción de la producción radiofónica multimedia en la era digital", del Doctorado en Ciencias Sociales -convenio UCV-LUZ-, cuya tutora es la doctora Migdalia Pineda de Alcázar.
- ** Magíster en Ciencias de la Comunicación y la Información en la Universidad del Zulia, Venezuela. Tesis del Doctorado en Ciencias Sociales (convenio UCV-LUZ). Docente investigadora del área de Radio de la Escuela de Comunicación Social de LUZ. PPI Nivel 1. E-mail: duranteesther@cantv.net.
- *** Doctora en Ciencias de la Información y la Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Docente investigadora adscrita al Departamento de Investigación de la Escuela de Comunicación Social de LUZ. PPI Nivel 2. CONABA. E-mail: alcazar@iamnet.com.
- **** Magíster en Tecnología Educativa en LUZ. Docente investigadora adscrita al área de Radio del Departamento Audiovisual de la Escuela de Comunicación Social de LUZ CONABA. Coordinadora del Curso de Locución Profesional en la ECS de LUZ. E-mail: prieto_iris@hotmail.com

Perspectives and Challenges of the Media Subject: The Alterity of Communication in Contemporary Radio

Abstract

This article constitutes an advance in research on the theoretical aspects related to the relationship of the producers who make use of informational and communicational technologies, especially multimedia, in order to connect with the listener-user, and establish remote communicative interactions. The paper is based on the qualitative analysis of the concepts of mediation by Muniz Sodré; on communication communities by Galindo Cáceres, and on globalization by Mato and Colina. This is done from the postmodern perspective of Lyotard, which is the role of the contemporary subject who relates to others through multimedia radio, in order to conform a space of mediated alterity. Methodologically we worked with Vassalo de Lopes and the transdisciplinary vision suggested by Pineda.

Key words: Multimedia radiophonic process, communication, alterity, globalization, perspectives.

Introducción

En este estudio se trabaja el concepto de sujeto contemporáneo como productor de mensajes y sus múltiples facetas en el quehacer cotidiano como informante de los hechos, valiéndose de la radio multimedia como medio y vehículo para concretar su labor, sin importar la frontera geográfica, temporal o lingüística. Proponemos una integración en la relación del sujeto contemporáneo con su otro, y con su contexto inmediato y futuro.

Se aborda desde lo analítico, la tríada *polo tecnológico* con las Tecnologías de la Información y la Comunicación -TIC's- (la plataforma multimedia de la radio); el *polo social* (que abarca la glocalidad (1), es decir la configuración de redes sociales o comunidades de comunicación vía radial) y el *polo económico cultural* desde la globalidad (para referir la presencia de la brecha digital y la presencia permanente de los medios de comunicación, especialmente la radio, en la cotidianidad del sujeto).

También se analiza cómo el hombre contemporáneo aprovecha la tecnología radiofónica para reencontrarse consigo y con su otro, con su representación, en el marco societal glocal, con una producción multimedia que va más allá del sonido; esto se explica cuando observamos a la radio -cuyo sonido, vía éter, viaja en el espacio gracias a las ondas hertzianas- apoyada de la plataforma tecnológica y las múltiples herramientas, las cuales se inventan diariamente, con el fin de crear un valor añadido al uso del artefacto radiofónico.

El sujeto digital se aborda desde el concepto de la *mediación* (2) (Muñiz Sodré, (2001), y viviendo en *comunidades de comunicación* (3) (Galindo Cáceres, 2002). En función de estas premisas, se estructura esta propuesta que, para su discusión, se basa en la transdisciplinariedad teórica (Pineda, 2004; Vassalo de Lopes, 2000) y en la ejecución de entrevistas -efectuadas en el primer trimestre de 2004- a los gerentes radiofónicos y recurso humano de seis emisoras multimedia en frecuencia modulada, de Caracas (Venezuela),

seleccionadas por muestreo aleatorio simple, de acuerdo a su formato de punta, y según el servicio anexo que ofrecen al usuario oyente como links, portales electrónicos o anuncios de actividades.

Como antecedente, en el tercer trimestre de 2003, fueron estudiadas también 22 emisoras radiales de Maracaibo (Venezuela), pero en la mayoría de las estaciones marabinas, con contadas excepciones, la tecnología multimedia está subutilizada, limitándose a convertirse en repetidoras de la programación de la emisora matriz en Caracas, cuando pertenecen a un circuito nacional.

Tuvieron preferencia las FM por ser éstas las que cuentan con una plataforma tecnológica más sólida y factible para enlazarse vía satélite, microonda o telefonía móvil celular, con otras estaciones matrices o secundarias en todo el territorio venezolano, propiciando una comunicación más interactiva, inmediata y precisa.

Por ello, en el artículo se propone, en su primera parte, cómo el postmodernismo (4) se despliega en el contexto comunicacional radiofónico multimedia, en una estrecha vinculación con el espacio, el tiempo y la propia comunicación y cómo el postmodernismo interactúa con otros sectores de la vida social y cultural del sujeto; en un segundo punto veremos la relación de la programación y producción radial como el vehículo de proximidad emotiva y social con el lenguaje, y la identidad colectiva del sujeto contemporáneo, visto en un doble rol: el de productor y el de usuario.

1. La presencia del postmodernismo en el contexto comunicacional radiofónico glocal multimedia

La evolución permanente de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) incita al usuario o sujeto a adaptarse al

ritmo acelerado en el que ellas se mueven, sumergiéndolo en un espacio de interacciones rápidas, y cada vez más, mediado por artefactos tecnológicos. El sujeto se ve así supeditado a encontrarse con los otros en las relaciones a distancia y a buscar su alteridad en un lugar de encuentros en comunidades de comunicación glocalizadas, como lo menciona Lyotard (1992): "La calidad de ser otro está presente y escondida tras el rostro de los demás", y esa es la naturaleza de la alteridad; pero en la postmodernidad, las TIC's intervienen como elementos de mediación entre el sujeto y el proceso comunicativo generado entre iguales.

En el caso del medio radiofónico, el sujeto productor suele andar a la velocidad del sonido para equiparar esfuerzos en la obtención y recepción de la noticia, o de los contenidos musicales del momento, y su posterior envío vía telefonía móvil celular, por correo electrónico, el servicio de Internet, o cualquier nueva modalidad, seguramente ya creada y puesta a punto para las actividades reporteriles. Si no se da el envío de forma inmediata e instantánea, la información caducaría irremediablemente, pues parece que no hay excusa posible para que sea de otra manera.

Tomando en cuenta el empleo de la radio digital, aún en experimentación si se habla del proceso de transmisión pero no en el de la recepción y acceso, el oyente se convierte en usuario activo del medio. Tal usuario puede ser el mismo periodista quien actualiza la información en la página web de la estación, el interesado en mantenerse al día de lo que acontezca, y quien debe aprender a usar las herramientas propias de la red, acoplarse al lenguaje hipermedia (Abreu, 2003), que permite el acceso a otros fragmentos de texto, a otras formas de media tales como sonidos, imágenes y animaciones, es decir, se combina el hipertexto con multimedia.

Esto es importante porque el conocimiento que puede propiciar el uso de la tecnología como herramienta laboral, va más allá del mismo desarrollo tecnológico; abarca incluso el proceso de producción de significaciones del sujeto productor en su interés de vincularse con los otros y establecer un diálogo, como lo refrenda Lyotard (2000), quien considera el lenguaje como una herramienta vital en ese proceso discursivo dialógico, por encima de las conexiones tecnológicas en sí.

Como ejemplo, es interesante observar cómo los medios tradicionales se valen de la herramienta hipermedia para traspasar las barreras culturales, idiomáticas, geográficas y hasta de uso social, como sucede en países como Ecuador, Bolivia, Perú (5), Argentina y Venezuela, donde las emisoras radiales, muchas veces con escasos recursos económicos para invertir en equipos tecnológicos sofisticados, fomentan otras formas de comunicación en tiempo real, pero a la vez simultáneo, y tal como lo describe Sartori (2002), logran crear las llamadas *ciudadanías globales*, donde “el ciudadano del mundo se siente de cualquier lugar, dispuesto a abrazar causas de toda naturaleza y de todas partes”, con una sensación de “sin sentido de lugar”.

Y aún cuando parezca que dicha globalidad apunte a la hegemonía, que a su vez podría alterar la naturaleza de la diversidad y la diferencia en un mundo intercultural, podría decirse que la globalidad -o mejor aún, la globalidad-, recrea un mundo de simbolismos escritos y orales, propios de cada comunidad, que no escapa tampoco de las disputas y conflictos, situación normal en las sociedades tolerantes y democráticas. Así lo asoma Mato (2003:41) cuando señala que “los diversos actores sociales promueven sus propias representaciones simbólicas y compiten por generalizarlas societariamente”, y ello es ahora po-

sible de ampliar gracias a las tecnologías de la información y la comunicación.

Ese mundo dual en el que se encuentra el sujeto contemporáneo está inmerso más que nunca en un proceso de alteridad, explicada ésta como la representación humana del sujeto, visible en el otro del otro, en su par o grupo de pares, y que es visto como un individuo que conforma redes y comunidades glociales (6), con una óptica transformadora, que le da sentido a las significaciones sociales producidas mediante los discursos y los actos de habla o de comunicación.

En el campo de las representaciones sociales, Moscovici, entrevistado por Losada (21/07/00), señala que las representaciones sociales manejan un aspecto de conocimiento y un aspecto de creencias de la gente; las representaciones sociales tienden a crear simultáneamente un vínculo entre los hombres y los grupos, propiciando la creación de los vínculos sociales. Allí se forma el sentido común, o la llamada acción, y la transformación en los procesos de cambio social.

La radio multimedia, en este punto, se convierte en el enlace discursivo para las comunidades o redes de comunicación que la emplean para la convergencia de ideas y sentimientos, propia del postmodernismo y de la glocalización.

La glocalización es “pensar global, actuar local” (Bayardo y Lacarrieu, 1999). Si se apoya en las tecnologías, aún cuando “lo global globaliza y localiza lo local” (Spadafora, 1999), la relación entre lo global y lo local responde más a una práctica de negociación que a la mera reproducción de lo global en lo local, y esa negociación es un acto de alteridad, de interacción simbólica con el otro diferente.

Aunque concordamos con Colina (2003) quien plantea que la globalización puede adquirir el carácter de una mundializa-

ción regionalizada, mientras que lo local gracias a las tecnologías de la información y la comunicación puede mundializarse, lo importante a destacar de la globalización es la posibilidad que se abre al sujeto contemporáneo para establecer relaciones sociales tanto en el plano global, como local y nacional. La glocalización vendría a ser esa hibridación entre lo global y lo local, y no alude sólo a la globalización económica, sino fundamentalmente a lo cultural y simbólico, lo cual remite a la diversidad cultural y lingüística, y la otredad simbólica de sujetos diversos. En ese entorno, vemos el surgimiento del multiculturalismo, que se perfila como la nueva representación colectiva social y étnica, basado en una economía local con visos heterogéneos y transfronterizos, que podría propiciar una sustentabilidad a largo plazo surgida de lo artesanal y acoplada a la tecnología con un fin adicional, el bien común. Dentro del mundo glocalizado, tecnologías como la radio multimedia, podrían ayudar a fomentar el diálogo y la alteridad de grandes capas de la población antes discriminadas.

1.1. Sobre la postmodernidad y el contexto multimedia

Ya hemos señalado anteriormente que la postmodernidad es concebida por Lyotard (2000) como una contextualización donde el sujeto se revela lejos de su historia, pero donde “juega” de manera simbiótica con el lenguaje y las relaciones sociales. Mientras, Turkle (1994) enfatiza el carácter epistemológico de la postmodernidad, explicándolo como la representación de los objetos que retan a la representación en sí misma; es decir, el sujeto simula la realidad y construye naturalezas alternativas. Por ejemplo, la pareja se casa pero revive el momento gracias al vídeo o fo-

tografías hechas durante la boda, imágenes que perpetúan y hoy, gracias a la tecnología, hasta difunden por la red a sus familiares y amigos cercanos.

Según Salazar (2003), la sociedad postmoderna cuenta con elementos como la inteligencia artificial emergente, una estética postmoderna en el interface (sistema de comunicación hombre-máquina) de las computadoras, y cuatro objetos que están en boga: Internet, el ciberespacio, las comunidades virtuales y la identidad virtual, que entretienen y ocupan el tiempo asincrónico del sujeto actual. Pero eso no es suficiente para validar el elemento tecnológico en la postmodernidad.

En ese sentido, Faraco (2005) revela que la tecnología es conocimiento en la medida que sirva de instrumento para desarrollar valores en los usuarios, pues se correría el riesgo de quedar fuera del proceso cognitivo, marginado por la ausencia de herramientas y destrezas adecuadas al tipo de trabajo que se efectúe. La clave del conocimiento electrónico o “e-conocimiento” estaría en integrar el “saber hacer” y el “saber ser”, donde el lenguaje -verbal y escrito- sea el proceso de comunicación y no el instrumento. Él apunta que se pasó del “high tech” al “high touch”, es decir, de la alta tecnología al alto toque de lo digital.

Lo cierto es que el postmodernismo se mueve bajo el manto del hedonismo, propiciado por el uso de los medios de comunicación y las instituciones. Nos remite a la modificación de estilos de vida que proporcionan significados sugestivos en el proceso de comunicación en las sociedades en las que se observa la presencia del elemento postmoderno. Follari (2000), por ejemplo, aclara que la importancia del postmodernismo radica en la posibilidad de estudiar textos sobre la identidad, la comunicación, los agrupamientos sociales y el “nosotros” nacional o lo “internacional popular”,

y del cómo viven los sujetos latinoamericanos en la postmodernidad.

La postmodernidad implica contemplar el mundo como una pluralidad de espacios y temporalidades heterogéneos (Heller y Fehér, 1998), y pone en crisis a la razón ilustrada (Beuchot, 1996). Desde esta óptica, Beuchot argumenta que en el postmodernismo, el sujeto se explica a través de sus obras; preso de la tecnología, los instrumentos y los medios de comunicación, el hombre usuario de la era digital pierde su interioridad e intimidad, es más hedonista y egoísta. Eso sucede con el uso desmedido de la tecnología, que si bien se aplica en la educación a distancia, en los medios de comunicación, en el campo de la salud, de la bioinformática y de la biotecnología para resolver problemas puntuales, en el campo bélico y el lúdico, se aplica también para transgredir la trilogía espacio - tiempo - uso.

Si comparamos esta reflexión con la de De Lima (2004), vemos que el concepto de Modernismo era tomado o absorbido por “imágenes de máquinas” (las industrias), en tanto que el postmodernismo es usualmente tomado por “máquinas de imágenes” de televisión, de computador, de Internet, y hasta de los grandes centros comerciales o “malls”. La modernidad se muestra marcada por la excesiva confianza en la razón, en las grandes narrativas utópicas de transformación social y en el deseo de aplicación mecánica de teorías abstractas a la realidad. Con la postmodernidad, se concibe el mundo bajo dos viejos íconos futuristas de dos formas interligadas: todas son fuentes de reproducción y no de producción.

En la postmodernidad, el objeto-sujeto se encuentra dentro de una sociedad red con disyunción sistémica de lo global y lo local por la fractura de sus marcos temporales de experiencia y de poder, como lo propone Castells (1999); es decir, frente a los grupos élites

que habitan el espacio atemporal de las redes y los flujos globales, las mayorías en nuestros países habitan aún el espacio/tiempo local de sus culturas, propiciando el refugio del poder en la identidad. Así el sujeto contemporáneo puede verse y circunscribirse en la base material de la sociedad, reivindicada por los medios, para lo cual bastaría conectar los medios al universo de las redes, que proporcionan el soporte imprescindible para el tránsito globalizado del capital financiero, como lo mencionan Antonio y Canelas (2001), pero también hace posible la conformación de comunidades de comunicación donde participan los sujetos sociales.

Se aclara que ese tránsito globalizado del capital financiero es la ganancia de lo que se le ofrece al consumidor cultural (usuario contemporáneo), quien recibe simultánea y colectivamente el producto anunciado (que no tiene que ser necesariamente material), y a la par le es impuesta una matriz generalizada de comportamiento y pensamiento que persuade al individuo y al otro (su alter), a garantizar la reproducción del sistema capitalista (Mata, 2001). Ese consumidor pasa por un ordenamiento teórico social que le confiere una nueva condición, adquirida por los seres humanos vinculados con el desarrollo de las tecnologías, que permite la prosecución de la existencia mediante el “uso” de diversos artefactos, asociando al público con el usuario como sujeto posmoderno fundamental.

La postmodernidad también se vincula con la relación espacio-tiempo, y en el contexto tecnologizado contemporáneo, esta relación puede ser vista como una representación ocupada por cada objeto o sujeto, de manera ilimitada, en la línea donde suceden los fenómenos y las cosas, apoyada en las telecomunicaciones y las redes. En el caso del tiempo real, mediático y tecnologizado, Levis (1999)

apunta que conduce a la humanidad hacia una ilusión de perpetuidad.

En la medida que el espacio postmoderno abre la panorámica; las distancias se vuelven diversas y surge un espacio público infinito, mediante las comunidades de comunicación, explicadas por Galindo Cáceres (2002). Podríamos afirmar como lo señala este investigador mexicano, que estamos en un Hiper mundo o *Cibermundo* donde coexisten, a su vez, las *poblaciones interactuantes* y las *poblaciones de interactuados* (Castells, 1999), quienes transforman su rol al de nuevos protagonistas espaciales en universos digitales, según sea la plataforma que empleen, es decir si es informática, telemática, hipertextualidad, nanotecnología (7) o la síntesis de lo virtual.

Maffesoli (2000) señala que subsiste una correspondencia de los eventos en el tiempo *-sincronicidad-* que nos permite relacionarnos con nosotros mismos y con el otro, toda vez de reafirmar nuestra esencia de seres humanos. Nos unificaríamos en una totalidad. Así es como la integración sentimiento/pensamiento nos lleva a la acción, que nos permite percibir la realidad en lo propio *-ego-* y lo otro *-eco-*. Dicha sincronicidad - término introducido por Jung en psicología- devela la mente entre lo interno y lo externo. Coincidimos con Maffesoli cuando apunta que lo de cada persona no existe sino en, y, por la mirada del otro.

En todo caso, podemos afirmar junto a De Gortari (1999) que los tiempos son diversos: uno en la escala de la vida humana; otro, el de las sociedades, y uno más, aquel que rebasa aun a las sociedades y que incluso se acerca a los tiempos geológicos (de larga duración). Lo cierto es que el tiempo y el espacio no necesariamente marcan la existencia humana, pues como diría Aristóteles en su obra *Metafísica* (1970) "*nada es ni llega a ser por*

azar, ni llega a ser cualquier cosa al azar, ni será o no será, sino que todas las cosas son lo que son por necesidad...".

El tiempo, entonces, sería bivalente, como la misma tecnología y sus usos, más si tomamos en cuenta la simultaneidad y la instantaneidad, cualidades expresas del medio radiofónico. Esta demarcación temporal y espacial nos hacen pensar que el contexto ofrece diversas dimensiones (lo global, lo local, lo instantáneo, lo virtual), que son las que le toca explorar al sujeto multimedia mediante la comunicación e intercambio de intereses con sus pares, a través de los medios, tema que tocamos a continuación.

1.2. La comunicación y la alteridad en tiempos postmodernos

El término *medio* juega un papel preponderante en el proceso comunicativo que se establece con el otro en las sociedades actuales, y resalta más cuando se trata de la radio por las características que le son propias, como su poder de sugestión, la sensación de compañía permanente, o la inmediatez e instantaneidad con la que llega el mensaje.

Se sabe que el sujeto está inmerso en un proceso de comunicación con otro interlocutor donde media un mensaje que pasa por un canal, cuya función es lograr que el receptor lo decodifique empleando el lenguaje *-bien sea verbal o no verbal-*, para obtener una retroalimentación registrada de manera eficaz en el cambio de conducta o actitud del sujeto.

Thompson (1995) considera que la teoría de los medios de comunicación, especialmente el radiofónico, depende de tres tipos de distinciones, que son la *interacción cara a cara*; la *interacción mediada* que supone la utilización de tecnologías de la información que se extienden en el tiempo y en el espacio,

de forma directa, y la *semi-interacción mediada* que denomina las relaciones sociales que crean los medios de comunicación; se extiende en el tiempo y en el espacio pero los individuos no tienen una relación cara a cara, ya que está orientada hacia una gama indefinida de potenciales receptores y para ello se requiere de una plataforma adecuada.

En el caso del medio radial, pensamos que la relación articulante es la tercera, la *semi-interacción mediada*, pues la limitante de observar la reacción del oyente cara a cara no impide en ningún momento el ofrecerle comentarios y música a su estilo en un tiempo eterno y en un espacio infinito. Y eso es lo que propicia el uso de las TIC, especialmente si es con plataforma digital multimedia.

Con el avance tecnológico como aliado de las comunicaciones, surge otra pregunta a la mente: ¿Quién tiene mayor poder de incidencia: el medio o la comunicación como tal? Recurrimos a Pasquali (1990) para despejar esta duda. Él nos revela que *el medio no es la comunicación ni siquiera es el mensaje*, tan sólo desempeña una importante, específica y limitada función dentro de la relación de comunicación.

Su enfoque de los medios apunta hacia el *uso* y los responsables de éstos, los cuales han olvidado la real vocación de servicio público inherente a los medios, especialmente al radioeléctrico. Pasquali muestra a los medios como “simples aparatos amplificadores y transportadores”, son “canales artificiales transportadores de mensajes en código”. Es así como el medio debe preservar la esencia del término comunicación, reservado a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres y mujeres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia y la expresión de su pensamiento.

En ese sentido, Sinova (1994) aclara que en el proceso de la comunicación los públicos son los que figuran como motores básicos de ese proceso, porque exigen información para poder ejercer un derecho fundamental. Se sabe que los informadores son los gestores de los medios, los seleccionadores de los mensajes y los controladores de todo el proceso, frente a los verdaderos titulares de la información, que son los ciudadanos, si bien es cierto que en la actualidad, valiéndose de la tecnología y sus muchas maneras de proyectarse, el ciudadano puede escoger la noticia que escuchará o leerá vía multimedia, y participar en comunidades de comunicación e información como un ciudadano electrónico.

También Sfez (1995) señala que el dominio de la comunicación ha establecido un pacto de lealtad con la tecnología. La comunicación usa al máximo las máquinas de todo tipo que puedan ponerla en movimiento, garantizar su transparencia, perseguirla en su cercenamiento, explicitar su funcionamiento, en todas las partes del saber. Este autor admite la tecnología como principio de una definición de la sociedad cuando ella se dice de comunicación. Con la tecnología y la técnica, todo se hace intercambiable, lo social se hace abstracto. Para englobar esa idea, Mattelart (1996), por ejemplo, introduce la concepción de un *nuevo sistema tecnológico de las comunicaciones*.

La presencia de las *tecnologías del alma y del espíritu* demarca la trascendencia del uso de las tecnologías de la información y la comunicación, su carácter de tecnologías blandas, no duras y su relación directa con el sujeto, según Sfez (1995). En el marco de las tecnologías del alma, él considera que se trata de una revolución de las antiguas técnicas del pensamiento cuando, por ejemplo, los hackers -con sus prácticas intelectuales ociosas- desafían a los seres humanos en su cultura tecnoló-

gica. A esto lo denomina el “*self*”, es decir, el yo o la identidad.

Mientras que desde la óptica de las tecnologías del espíritu, entran protagonistas relevantes como a) la *red* constituyéndose en el cuerpo sistémico que sustenta la cabeza del proceso comunicacional; b) el “y” de la *paradoja* siguiendo la reestructuración espacio-temporal y del discurso dicotómico, de doble significado; c) la *simulación* donde lo uno se opone a lo diverso, a lo ilimitado, a la imagen o representación de lo real; d) la *interacción* vista como un diálogo con un ser inteligente que no olvida, y que no hace ningún reproche moral, proyectado en la computadora, con la cual el usuario establece nexos que no existirían con individuos caprichosos y de humor cambiante. Si esto es así, se reconoce que el computador, en ese proceso comunicacional, tiene una actividad productora instrumental, exterior y mecánica.

Por su parte, Galindo Cáceres (2002) refiere que la comunicación no sólo es una necesidad emergente, sino un estilo de vida, una cosmovisión, el corazón de la sociabilidad, pues los sistemas de información son múltiples y en mutación constante, lo único que permite el equilibrio ecológico es el poder de los sistemas de comunicación, la fuerza y densidad de la cultura de comunicación, el hábito de convivencia entre distintos, que cuentan con algo en común, construido en el movimiento del cambio, que es la comunicación sobre la información.

Antonio y Canelas (2001) insisten en que esa comunicación sobre la información se mueve en *redes*, término cuyo origen latino (de *retiolus*, diminutivo de *retis*) se remonta a la Francia del siglo XII -citan los autores a Daniel Parrochia en *Filosofía de las Redes*-. Esta era del capitalismo de redes, mencionado por Castells, transforma cualitativamente la expe-

riencia humana ocasionada por la sociedad red, configurando a la vez la morfología social de nuestras sociedades, hecho que afecta a la economía, al poder, a la cultura y a la experiencia misma.

La red, referida por Antonio y Canelas, aparece como una de las marcas más representativas de la contemporaneidad; su extensión se posibilita mediante el uso de satélites artificiales estacionarios de telecomunicaciones desde los años sesenta, haciendo viables dichas redes, con su diseño, sustancia y características actuales.

La televisión, en los sesenta, y la telemática en los setenta, hacen presente la edad de las redes de acuerdo a la etapa pre-mecánica, la mecánica intermediaria y la técnico-científico-informacional. En el pasado, esa malla o circuito, a diferencia de la red, suponía materialidades (cosas, objetos), territorio y obstáculos. La red contemporánea rompe con esos obstáculos, los desterritorializa y desmaterializa, pues busca con su fluidez, su volatilidad y su dinámica, la velocidad e instantaneidad de la supresión del espacio y el tiempo.

Aquí tendríamos que ver al sujeto en un contexto atemporal, ilimitado e infinito, partiendo de la comunicación instantánea, inmediata y más humanizada que le podría ofrecer la radio multimedia en esta era digital. No obstante, habría que clarificar el límite de lo simbólico y la acción misma del sujeto, cuáles son sus principios y valores, cómo se interrelaciona con su otro o con su par, por medios indeterminados que avanzan a la velocidad de las tecnologías. Sin embargo, Virilio (1997), menciona que hablar de un tiempo único, de un tiempo mundial, del tiempo de la inmediatez, implica un trauma, pues ese tiempo mundial tiene el piso del espacio real por encima del espacio-tiempo local y del espacio-tiempo de la historia. Esa inmediatez y el afecto que

surge en el sujeto por el uso cotidiano de la máquina y su respectivo software, puede provocar la pérdida de la memoria temporal y oral del hombre, pues todo se le deja al recurso tecnológico.

La velocidad observada en el avance de la tecnología puede imponer diferencias explícitas en el grupo de usuarios, no desde el renglón de clase social, sino en el de ganadores y perdedores. Postman (1990) avizoraba esto al señalar que los ganadores serán aquellos que manejen óptimamente las destrezas tecnológicas, mientras que los perdedores sucumben, en parte, porque creen que el conocimiento especializado de quienes dominan el arte de la tecnología es una forma de voluntad o deseo.

Coincidimos con Postman (1990) cuando indica que ese deseo debe ser humano, espiritual. Afirma que en un mundo sin orden espiritual o intelectual, nada es increíble, nada es predecible, y entonces, nada será una sorpresa particular. Este es el simbolismo presente en la tecnología que conlleva a un conocimiento impredecible, y a un crecimiento acelerado de los medios, que liberados, producen un caos. En este sentido, dicho autor relata como ejemplo que, en América, hay 260 mil noticieros; 11 mil 520 periódicos; 11 mil 556 revistas; 27 mil tiendas para alquiler de videos; 362 millones de estudios de televisión, y más de 400 millones de radioemisoras. Todos ellos producen y distribuyen información fugaz, no duradera en el tiempo y en el espacio. Es información instantánea. Si bien eso sucede actualmente de manera obvia en las empresas de comunicación en la era de la Internet, antes, para el manejo de la información, la situación se mostraba igual, no obstante más lenta, debiendo recurrir a una mayor cantidad de aparatos tecnológicos adaptados a la recepción, envío, procesamiento y distribución de la información.

La información precedera no tiene relación con la solución de los problemas. La información es, ahora, una comodidad pues se transformó en una forma de entretenimiento y de mantenimiento de status, lo que la hace discriminatoria, dirigida a nadie en particular y desconectada para muchos; no hay un control sobre ella; no sabemos qué hacer con ella. Postman sentencia que la información abunda, pero la computadora y la tecnología en general, no pueden proveernos de un organizador moral de tareas. La computadora es sólo una máquina diseñada para manipular y generar información. Nosotros no tendremos escapatatoria de la gloria tecnológica.

Por otra parte, Muniz Sodré (2001) nos permite avalar esta reflexión al mencionar que la computadora, las redes y lo virtual dejan intacto el concepto de medio, entendido como canalización, en vez de canal o vehículo y ambiente, estructurados con códigos propios. El teórico brasileño bautizó ese proceso como mediatización, con el cual el medio televisivo, en mutación con la computadora, sigue siendo el punto de apoyo de los medios tradicionales, mientras que lo virtual y las redes (Internet) van hacia caminos abiertos, donde el tiempo real y espacio virtual se redimensionan.

Aplicando a la realidad lo propuesto por Muniz Sodré, vemos que el sujeto cree contar con una herramienta que le abre diversas perspectivas hacia el mundo, que le ayuda a modificar su rol en la relación de trabajo productivo y su cosmovisión, y en cierta forma, ello sucede. Se dice que las TIC's actúan como panacea ante el abanico de oportunidades que le genera esa misma tecnología. El sujeto cierra el sentido de la vista y se deja llevar por la abundancia de relaciones e interacción comunicacional, y las consecuentes redes sociales en las que desarrolla y comparte sus hábitos, pensamientos, simbología y discurso.

Si abordamos la pesquisa que atañe a la representación del sujeto multimedia, se reconoce que el elemento común podría ser el alter del sujeto, o *el yo en la sociedad informacional* -como lo llama Castells (1999)- y cómo éste se puede representar desde la producción radiofónica multimedia, en un contexto altamente tecnologizado, ayudando a propiciar circunstancias socio-culturales y económicas particulares para ese sujeto, que vive en comunidades de comunicación (Galindo Cáceres, 2002), concebidas como comunidades virtuales de pares construidos en la diversidad y conviviendo en formas horizontales. El sujeto, en este contexto, se convierte en un actor de su entorno, lo vive, lo siente cercano aún cuando esté lejos lingüística y geográficamente.

2. La radio como medio de proximidad emotiva y social, especialmente a través de Internet

La radio, como medio, propicia un acercamiento entre las comunidades de comunicación generando, además de una proximidad física en cuanto a situaciones comunes sucedidas, cierta proximidad emotiva y social, que se refleja en lo conductual, formando parte de un referente cultural.

Según Vargas (2002), esas conductas sociales alteran los hábitos culturales y habilidades técnicas, en muchas ocasiones manifestadas y compartidas. Ello se puede ver claramente reflejado en la radio, especialmente la que se transmite vía Internet. La mayoría de las emisoras convencionales del mundo, como las españolas, por ejemplo, han adaptado su canal de transmisión y tienen fuerte presencia en la red. Por supuesto, Latinoamérica y, específicamente Venezuela, no escapan a esa realidad. Recordemos que la radio es el medio que mejor aleja la soledad, especial-

mente la radio de servicio público que desempeña una función acompañante, partiendo del sonido y del lenguaje y por ser un medio “caliente”, activo, permanente.

Coincidimos con Cebrián Herreros (2001), cuando propone que la radio se ha involucrado no sólo en su transformación interna sino que también se ha relacionado con los procesos técnicos y comunicativos generales y globales, con lo que amplía su acción difusora de las transmisiones analógicas a las digitales en los tres sistemas de difusión, generando nuevas maneras de recibir sus contenidos por las audiencias, y ofreciendo simultáneamente ofertas en Internet, en la telefonía móvil digital (mensajes de texto) y en paquetes de contenidos junto a la televisión, Internet y bancos de datos en plataformas de comunicaciones. Esto, obviamente, requiere nuevos aparatos de recepción, unos específicos y otros integrados en terminales multimedia, que van sembrando segmentaciones socioeconómicas de antemano, pues no todos los receptores (usuarios-oyentes), cuentan con equipos interconectados con software y hardware actualizados.

En el ámbito empresarial, mediante la expansión tecnológica, la radio se ha integrado en organizaciones multimedia y ha diversificado sus sistemas de difusión. En ese sentido, Cebrián Herreros (2001) apunta que la convergencia externa y la diversificación interna exigen una recomposición en las estrategias de programación, producción, comercialización y organización, teniendo como soporte las posibilidades de las telecomunicaciones tradicionales y los tratamientos informáticos.

La convergencia telemática se une a los sistemas audiovisuales para formar las redes multimedia con capacidad para incorporar los contenidos audiovisuales tradicionales con

tratamientos informáticos como la interactividad, los hipervínculos y la navegación, con aplicaciones de tercera generación, con los protocolos WAP y UMTS, lo cual origina la telefonía móvil multimedia.

Apunta Cebrián Herreros que la radio multimedia nace no tanto por la incorporación de otros sistemas expresivos junto al sonido, como la escritura y determinadas imágenes, cuanto por su integración en sistemas técnicos y empresariales tendentes a una concepción y estrategia multimedia.

Galarza (2003) aclara que los radioyentes hacen suya la comunicación radiofónica en su contacto diario, de acuerdo al formato que se les presente, es decir si es “radio-servicio”, “radio-compañía”, “radio-ritmo”, “radio-ambiente musical” o “radio-información”, siempre a través de un idioma propio, el lenguaje radiofónico, que está muy próximo al diálogo cara a cara y al lenguaje coloquial no escrito.

La proximidad emotiva en la radio vendría dada por la identificación del oyente con el presentador, quien le mantiene agradablemente ocupado durante sus actividades de rutina. Y aún cuando al oyente le gusta oír, más le gusta hacerse oír. El locutor o actor radiofónico trasciende con su intervención mediática la dimensión personal para convertirse en símbolo. Contribuye a convertir los actos individuales en hechos sociales. El locutor, sin saberlo conscientemente, apela a construcciones retóricas, juega con la palabra y las imágenes visuales y auditivas, recrea situaciones de forma exagerada para que el oyente se sitúe en ellas y se identifique.

Galarza refrenda esto al afirmar que en la radio, el destinatario *oye* la palabra de otro en condiciones de gran proximidad sensorial, donde la voz se convierte en un signo naturalista y de enorme expresión humana; eviden-

temente, esto sucede porque se habla a un *oyente* concreto y no a una *audiencia* en general. Se observa que el órgano del oído juega un papel relevante en el caso de las radioemisoras tradicionales, que transmiten vía éter.

Vemos como aportes fundamentales de la proximidad emotiva y social de la radio, los indicadores mencionados por Galarza (2003), quien se apoya en autores como Balsebre (1994) y Barea y Montalvillo (1992). Estos indicadores son el predominio de lo verbal o vocal, el rigor en la dicción, el grado de formalización del lenguaje, los aspectos de ritmo, prosodia y silencios, los formatos fónicos, el forzamiento del tono y del timbre, el respeto de los turnos de intervención, la riqueza de la información fonoespacial, la creación de empatía y el derecho de comentar o de criticar, convertido en el conocido feed-back. En el caso de la radio interactiva, que se vale de la plataforma multimedia, se deben superar las limitaciones de la unisensorialidad, ausencia del interlocutor, receptor condicionado y fugacidad de la información, con creatividad.

En Internet existen sitios que ofrecen infinidad de canales musicales clasificados por géneros. Eso ha facilitado el grado de personalización alcanzable. Bedis (2003) cita el caso de Live365 como el nuevo concepto de radio, donde la interactividad con el radionauta está presente permanentemente hasta el punto de que son ellos -los receptores buscadores- quienes mediante un sistema de lista de deseos (whitelist), van llenando de contenidos sus ya de por sí especializados canales temáticos. También han aparecido los radioaficionados vía Internet, grupo compuesto por una gran comunidad de oyentes de todo el mundo que, gracias a la Red, pueden crear su propia emisora, desembolsando un precio mínimo. Los miembros cambian incluso el rol pasivo para convertirse en sus propios gestores de in-

formación y musicalización en la red ayudados por Nullsoft, empresa responsable del popular reproductor de archivos MP3 Winamp, que ofrece una web llamada Shoutcast, destinada a que todo aquel que lo desee instale una emisora propia de forma gratuita. Es decir, el sujeto contemporáneo se convierte en constructor del medio y del mensaje.

Pareciera ser que el uso de la plataforma multimedia en la radio genera una función de proximidad emotiva y social, y un fluido intercambio de información para esas comunidades de comunicación que son su objetivo final. No hay una jerarquía establecida, no hay asignación de tareas ni responsabilidades, aunque sí se exploran desordenada y lúdicamente las posibilidades de interacción destinadas al receptor. De hecho, lo laboral se mezcla con lo lúdico.

Es como si existiese un sistema de auto-organización (Gutiérrez, 2002), donde colaboradores, familiares y amigos estarán al alcance en cualquier momento y en cualquier lugar. No obstante, la plataforma multimedia en la radio puede incrementar la tendencia a la disminución de la sociabilidad con base en la comunidad física tradicional y al declive de la vida social dentro del trabajo aún cuando aumente la sociabilidad entre personas que constituyen lazos afectivos alejados físicamente, pero que comparten intereses comunes.

Esta situación la posibilita el don de la ubicuidad, presente en la radio clásica, y mucho más en la red. Gutiérrez señala que saber quién es uno se relaciona estrechamente con saber dónde está; las relaciones sociales se establecen por elección y no por imposición ambiental o geográfica, dando paso a estrechar vínculos con mundos tan alejados que antes sólo resultaban visibles y con otros que ni siquiera eran visibles. La proximidad física ya no condiciona las relaciones sociales. Coinci-

dimos con Gutiérrez cuando indica que en diversos medios de comunicación, hace tiempo, se viene advirtiendo de una hipotética adicción a Internet, lo cual podría representar una adicción generalizada por las máquinas.

Lo extenderíamos a la plataforma multimedia, presente hoy día en los medios de comunicación. Además, designando la teoría de las representaciones sociales al marco glocalizado de la radio multimedia, vemos que el sujeto multimedia tiende a comunicar sus opiniones, sus creencias, sus decisiones, empleando la plataforma tecnológica que posibilita el envío y recepción de información al instante, información que será distribuida con carácter extra fronterizo y lingüístico.

Lo lingüístico, mencionado con anterioridad, es uno de los espacios desde donde se puede afianzar la identidad del sujeto en su contexto inmediato. Para los griegos, el lenguaje determinaba la identidad (Recondo, 1999). Sin embargo, con la introducción de las herramientas tecnológicas, este lenguaje se reinventa y se convierte en lenguaje hipertexto (Caballero, 2001).

Ya lo refuerza Díaz Noci, entrevistado por Tabuas (12/06/04), cuando apunta que la incorporación a Internet de los medios de comunicación se produjo casi a la vez en casi todo el mundo. Para una lengua como la castellana que maneja más de 400 millones de personas en varios continentes, esto supone un avance innegable para la unidad de la lengua.

Sabemos que el espacio infinito puede contener cantidades insospechadas de mundos posibles, creadores de códigos lingüísticos, que moldean su carácter estético y lúdico. Tomando en cuenta esta referencia, coincidimos con Caballero cuando menciona que el lenguaje hipertexto organiza el discurso configurando las redes semióticas en un solo formato, integrado por sonido, texto e imagen.

Afirman Caballero (2001) y Lanz (1998) que, el lenguaje ya no es una mediación, sino el cemento de la realidad.

En esa emergencia de nuevas modalidades para enlazar significados aparecen los hipervínculos o *links*. Así, quien hace uso de los hipermedios pasa a ser autor de un texto susceptible de múltiples interpretaciones y deconstrucciones. Enfatiza Caballero que el lenguaje hipermedia genera, reproduce -para efecto de los virus por su capacidad de réplica- y expresa el conocimiento que se organiza discursivamente en nuevos formatos de almacenamiento, búsqueda, clasificación y transmisión de saberes que vehiculan modos de pensar, de sentir y de actuar.

En el caso del medio radiofónico multimedia, donde el lenguaje oral es un tipo de sonido que nos posibilita entender los códigos y símbolos no visuales, el lenguaje se convierte en un eslabón de unión de la relación comunicación-persuasión-acción, pues incide de manera directa y decisiva en la psicología subconsciente del receptor contemporáneo y en su futuro comportamiento sociocultural.

Por ello, dicho lenguaje hipermedia debe igualarse, y no reducirse a minorías grupales, como sucede en la cotidianidad. Si el sujeto no maneja ese lenguaje, no es aceptado en el entorno inmediato en el que se desenvuelve, bien por disgregación al no ser aprobada su inclusión en esa porción humana, o por no dominar las herramientas básicas para pertenecer a ese otro mundo de mi mundo inmediato. No tendría una identidad en esa comunidad comunicacional. Esa sería mi alteridad, mi diferencia, en el mundo glocal.

Salazar (2003) lo refuerza de forma contundente al indicar que la interacción “hablada” en la comunidad o en la red no es tal, es una comunicación “leída” en texto, situación

que privilegia la identidad del usuario contemporáneo; esta identidad se conforma por palabras empleadas en los mundos mediados por computadoras. Para compartir esa identidad, el alter del sujeto debe acoplarse al ritmo y novedades de la tecnología de punta.

Consideraciones teóricas finales

De acuerdo con los resultados de los avances de la investigación, se ha llegado a las siguientes consideraciones:

1. El desarrollo vertiginoso de las TIC's está afectando al sujeto contemporáneo quien, apoyado en el frecuente uso de éstas, se conecta con el mundo entero, sin desplazarse de su casa u oficina, ayudando a conformar las llamadas “comunidades de comunicación”, mediante diversos servicios como el chateo, el correo electrónico, la videoconferencia con colegas, amigos, parejas o familiares, distanciados geográficamente; resaltan las comunicaciones móviles y los contactos con multiplicidad de programas de radio y televisión. Estas alternativas técnicas han hecho posible el aumento de las relaciones de los sujetos, los cuales interactúan con otros sin tener contacto físico, aunque sí visual y auditivo, dando lugar en muchas oportunidades a la creación de comunidades a distancia que establecen estrechos vínculos emotivos y psicológicos, lo cual contribuye a conformar un sujeto (productor/usuario) de los medios, para quien las relaciones mediadas por tecnologías multimedia y digitales ocupan un lugar central en sus relaciones cotidianas, vividas con gran intensidad gregaria y de aproximación comunicativa.
2. Dentro de los nuevos medios, la radio multimedia, al crear un clima afectivo-emotivo, puede convertirse en el “alter”

del sujeto contemporáneo, quien se identifica con el medio y con el productor radial, logrando reducir las barreras espaciales, temporales y lingüísticas bajo a influencia de las TIC's. El sujeto puede interactuar de múltiples formas y vías con sus otros, representando y duplicando sus hábitos, su filosofía, sus discursos y su percepción del mundo, pudiendo lograr la transformación de su comportamiento simbólico, laboral, personal y lúdico.

3. La utilización de las TIC's y de la plataforma multimedia en la radio contemporánea, puede generar nuevos espacios de contacto físico y virtual entre las comunidades de destinatarios que se comunican por esta vía, pero a su vez puede incrementar la disminución de la sociabilidad física y afectiva como se ha venido desarrollando en las comunidades tradicionales.
4. Los adelantos tecnológicos, actualmente aplicados en la radio multimedia y digital, también repercute en la instantaneidad de la información y la música, en el sonido al aire, y en una economía de personal fijo, lo cual influye en la optimización de los procesos de producción, programación y transmisión de la radio estación, haciéndolos locales.
5. La globalización propicia una ciudadanía socio-cultural sin fronteras geográficas y lingüísticas, que se asume como un proceso de identificación y de diferenciación, en el cual el hipermundo favorece la convergencia de espacios y tiempos y por último.
6. La mediación crea una nueva cosmovisión del mundo, una nueva manera de ser y estar en el planeta, y es ser altamente digital. Representa estar conectado con el otro, con el par, en red.

Notas

1. Entendida la glocalidad en el sentido dado por Fonet Betancourt (2002) como "una oportunidad única para universalizar lo local y localizar lo universal en medio de un proceso de asimetrías a nivel planetario, donde se conjuga una apropiación real por parte local con un reconocimiento de derecho de autodeterminación".
2. La mediación es propuesta por Muniz Sodré (2001), e implica una cualificación particular de la vida, un nuevo modo de presencia del sujeto en el mundo, o como lo refería Aristóteles (1970), en un bios específico; es decir, el hoy conocido bios virtual. Ese bios específico concebía tres formas de vida en la Polis: bios theoretikos (vida contemplativa), bios politikos (vida política) y bios apolaustikos (vida placentera, sexual). La mediación, para Muniz Sodré, responde a un fenómeno nuevo, ya que es un tipo particular de interacción que se sustenta en aparatos tecnológicos que no actúan sólo como extensiones o prótesis separadas del sujeto, sino como medios que reflejan el mundo de forma manipulada, condicionada y mejorada. Esa mejoría abarca un nuevo bios, una cuarta esfera existencial, con una cualificación cultural propia, que el autor llama *tecnocultura*, en la cual está implícita una nueva tecnología perceptiva y mental, así como un nuevo tipo de relación del individuo con las referencias concretas y con la verdad antropológica.
3. Galindo Cáceres (2002) presenta a las comunidades de comunicación como aquellas donde ubicamos un espacio plural, colectivo y heterogéneo, donde no pertenecemos a ningún lugar, a ninguna cultura, pero donde establecemos relaciones de comunicación a distancia.

4. El postmodernismo debe abarcar históricamente un “**concretum**”, un referente a algo, alguien o contexto, como lo sugiere Márquez Fernández (2003). Revela Márquez -y coincidimos con esta idea- que la postmodernidad debe ser algo distinto, diferente, novísimo, que apunte a un estadio superior de aquél al que se hace referencia con el de modernidad. En el caso del contexto comunicacional que pende aún de ciertos hilos de la modernidad señalados por Lyotard (1992), como la alienación del trabajador, la soledad de las masas, la desculturización del hombre de la calle y el capitalismo, a lo que se le agrega la violencia que se observa diariamente en los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales gracias al uso del satélite y demás tecnología de punta, se unen hoy la incertidumbre, la estética y el hedonismo típicos del postmodernismo invitando, por medio de la transición espacial-temporal, a un estilo de vida gratificante y participativo de una realidad no tan real ni tan nuestra, como los medios de comunicación nos hacen creer, y sin desprendernos del todo del capitalismo.
5. En Ecuador, Bolivia y Perú, el uso social viene de la mano de las mismas comunidades rurales, las cuales defienden sus costumbres y cultura para mejorar sus condiciones de vida, considerando que esas comunidades, en su mayoría, están integradas por grupos étnicos específicos relegados al olvido por el poder económico central, pero que se hacen escuchar y sentir a su manera, y en su idioma originario.
6. Sobre este último término, Pineda, Durante, Fernández y Belandria (2003) mencionan que autores como Leff (2001), Ramonet (1999), Castells (1997) y Aguadero (1997) apuntan no a la globalización sino hacia la glocalización.
7. Pineda, en 1996, explicaba que las Tecnologías de la Información abarcan tres grandes grupos. El de las Tecnologías Básicas que contienen las bases materiales que soportan el desarrollo de los otros dos grupos, y que comprenden, por un lado, a la Microelectrónica (que fabrica los circuitos integrados a través de semiconductores), y por el otro, a la Optoelectrónica (que explota la fibra óptica mediante el rayo láser). Luego están las Tecnologías Informáticas definidas como tecnologías de ordenadores, las cuales comprenden todo lo relativo a la arquitectura de los ordenadores, al software, a las tecnologías de inteligencia artificial y a las de interfases o terminales. Siguen las Tecnologías de las Telecomunicaciones, que incluyen el área de la transmisión de imágenes, datos y sonidos, a través de redes de cables (ópticos y eléctricos), de ondas hertzianas, de antenas fijas o móviles o de redes digitales de servicios integrados. En el 2004, Pineda amplía esta clasificación con la incorporación de los “cibermedios” que ofrecen servicios integrados cuando antes eran ofertados separadamente (teléfono y datos informáticos, teléfono y TV, a lo que se le puede añadir la radio multimedia), y que generan más información con mayor rapidez de envío y recepción del mensaje, y más interactividad entre los actores-usuarios del proceso comunicativo. Aclara Pineda (2004) que la noción de **hipermedia** o **multimedia** destaca el hecho de que la información está procesada en forma de escritura no secuencial, a través de **hipertextos** que encadenan unas ideas con otras, que se interrelacionan en múltiples direcciones. La nanotecnología, en tanto, apunta a la ingeniería genética vinculada a importantes avances en fuentes de energía, en aplicaciones médicas o hacia técnicas de fabricación, como lo explica Castells (1999:56).

Bibliografía citada

- Abreu Sojo, Carlos (2003). "Medios digitales y cambios en el periodismo". **Revista Comunicación**, No. 124; Centro Gumbilla. Caracas, Venezuela. Pp. 40-49.
- Antonio, Albino y Canelas, Rubim (2001). "La contemporaneidad como edad-media". V.V.A.A. **Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas**. 1ª. Edición. México.
- Aristóteles (1970). **Metafísica**. Editorial Gredos. Madrid, España.
- Bayardo, Rubens y Lacarrieu, Mónica (1999). Presentación "Nuevas perspectivas sobre la cultura en la dinámica global / local". **La dinámica global / local. Cultura y Comunicación: Nuevos desafíos**. 1ª edición, Ediciones Ciccus, Editorial La Crujía. Buenos Aires, Argentina.
- Bedis, Ana (26/08/03). **Radio en Internet: La nueva revolución**. <http://images.google.com/imgres?imgurl=www.terra.es/addon/img/tecnologia/1326d53radio> (consultado el 09/04/04).
- Beuchot, Mauricio (1996). **Postmodernidad, hermenéutica y analogía**. 1ª. Edición. Universidad Intercontinental. México.
- Caballero, Sybil (2001). "Nuevas lógicas cognitivas. Nueva performance organizativa. De la e-pistola a la organización". Compilador Rigoberto Lanz. **Organizaciones transcomplejas**. 1ª edición. Editado por Imposmo/Conicit. Caracas, Venezuela.
- Castells, Manuel (1999). "La Era de la Información". **La Sociedad Red** (Vol. 1). Economía, Sociedad y Cultura. Siglo XXI Editores. 1ª. Edición en Español. Madrid, España.
- Cebrián Herreros, Mariano (2001). **La radio en la convergencia multimedia**. 1ª. Edición. Editorial Gedisa. Barcelona, España.
- Colina, Carlos (2003). **Mediaciones digitales y globalización. Reflexiones, lecturas y aportes**. 1ª edición. Comisión de Estudios de Postgrado, Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.
- De Gortari, Hira (1999). "El uso de los conceptos y métodos en la historiografía reciente: Una aproximación". **Ciencias Sociales: algunos conceptos básicos**. Texto compilado coordinado por Pablo González Casanova. 1ª edición. Siglo XXI Editores. México.
- De Lima, Raymundo (2004). "Para entender el postmodernismo". **Revista Espacio Académico**, No. 35, Abril. Brasil. <http://www.espacoacademico.com.br/035/35eraylima.htm> (consultado el 07/04/04).
- Faraco, Fabrizio (18/02/05). "La sociedad del conocimiento". Ponencia ofrecida en el Salón "Leonardo Da Vinci" de la Casa D'Italia, en Maracaibo, Edo. Zulia. Venezuela.
- Follari, Roberto (2000). "Estudios sobre postmodernidad y estudios culturales: ¿sinónimos? **Revista Latinoamericana de Estudios Avanzados (RELEA)** No. 10. Publicada por CDCH-UCV. Caracas, Venezuela. Pp. 79-101.
- Fornet - Betancourt, Raúl (2002). **Aproximaciones a la globalización como universalización de políticas neoliberales, desde una perspectiva filosófica**. <http://www.dei-cr.org/Pasos832.htm> (consultado el 30/05/02).
- Galarza, Teodoro (2003). **Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa. El caso IRFEYAL**. Tesis doctoral de la Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra, España. <http://www.tdx.ces->

- ca.es/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX-0123104-52953/tgclde1.pdf (consultada el 10/04/04).
- Galindo Cáceres, Jesús (2002). “De la sociedad de información a la comunidad de comunicación. La Cibercultura en evolución a través de la vida social de las tecnologías de información y comunicación”. Memoria en CD ROM de la ponencia presentada en el **VI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación “Ciencias de la Comunicación y Sociedad: Un diálogo para la era digital”**. Del 5 al 8 de junio de 2002. Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra, Bolivia (consultado el 19/06/02).
- Gutiérrez Maldonado, José (09/03/02). “Internet y psicología. El futuro ya está aquí”. **Conferencia para Encuentro de presentación del segundo semestre del año académico 2001-2002**, Universidad de Barcelona, España. <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/gutierrez0302/gutierrez0302.html> (consultado el 10/04/04).
- Heller, Ágnes y Fehér, Ferenc (1998). **Políticas de la postmodernidad. Ensayos de crítica cultural**. 1ª. Edición de la Colección Historia, Ciencia, Sociedad. Ediciones Península.
- Lanz, Rigoberto (1998). **La deriva posmoderna del sujeto. Para una semiótica del poder**. 1ª. Impresión. FEPUVA - UCV. Caracas, Venezuela.
- Levis, Diego (1999). **La pantalla ubicua. Comunicación en la sociedad digital**. 1ª. Edición. Edición Ciccus La Crujía. Argentina.
- Losada, Mireya (2000). “Lo social en tiempos de transición / Diálogo con Serge Moscovici”. **Revista SIC**. <http://www.dialogo-conSergeMoscovici/SIC.html>
- Lytard, Jean François (2000). **La condición postmoderna**. Ediciones Cátedra, colección Teorema; 7ª edición. Madrid, España.
- Lytard, Jean François (1992). **Peregrinaciones: Ley, forma, acontecimientos**. Ediciones Cátedra, colección Teorema. Madrid, España.
- Maffesoli, Michel (2000). **El instante eterno**. Paidós Editorial; Buenos Aires, Argentina.
- Márquez Fernández, Álvaro (2003). “Modernidad y postmodernidad entre el humanismo histórico y la razón escéptica”. **Revista Ágora Trujillo**; año 6 No. 11. Núcleo Rafael Rangel de la Universidad de Los Andes, Estado Trujillo; Venezuela. Pp. 125134. (http://www.saber.ula.ve/cgiwin/be_alex.exe?Acceso.../9&Nombrebd=SSABE); consultado el 05/06/05.
- Mata, María Cristina (2001). “Interrogantes sobre el público”. V.V.A.A. **Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas**. 1ª. Edición. México.
- Mato, Daniel (2003). **Crítica de la modernidad, globalización y construcción de identidades**. 1ª reimpresión. Publicado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.
- Muniz Sodré (2001). “Eticidad y campo comunicacional sobre la construcción del objeto”, en V.V.A.A. **Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas**. 1ª. Edición. México.
- Pasquali, Antonio (1990). **Comprender la comunicación**. Monte Ávila Editores, 4ª. Edición. Caracas, Venezuela.
- Pineda, Migdalia (2004). **Las ciencias de la comunicación a la luz del siglo XXI**. 1ª

- edición. Editorial de la Universidad del Zulia (Ediluz), Maracaibo, Venezuela.
- Pineda, Migdalia; Durante, Esther; Fernández, Sylvia; Belandría, Rocío *et al.* (2003). "La sociedad de la información como una sociedad en transición". **Revista de Ciencias Sociales**, Vol. IX, No. 2. Editada por Astro Data. Maracaibo, Venezuela. Pp. 252-270.
- Pineda, Migdalia (1996). **Sociedad de la Información, Nuevas Tecnologías y Medios Masivos**. 1ª edición. Colección Post Scriptum, Editorial de la Universidad del Zulia (Ediluz). Maracaibo, Venezuela.
- Postman, Neil (1990). **Informing ourselves to death**. Discurso ofrecido en la Sociedad Alemana de Informática. Patrocinado por IBM; Stuttgart, Alemania.
- Recondo, Gregorio (1999). "Evolución de la idea de frontera: del orbe romano al Mercosur. La línea, el laberinto y el espacio definidor de la pertenencia", en Rubens Bayardo y Mónica Lacarrieu (compiladores). **La dinámica global/local. Cultura y Comunicación: Nuevos desafíos**. 1ª edición, Ediciones Ciccus, Editorial La Crujía. Buenos Aires, Argentina.
- Salazar Vilchez, Javier (2003). **Psicología del ciberespacio**. 1ª edición, Editorial Astrea, Fondo Editorial Universidad Rafael Urdaneta. Maracaibo, Venezuela.
- Sartori, Giovanni (2002). **Homo videns. La sociedad teledirigida**. Editorial Taurus. Madrid, España.
- Sfez, Lucien (1995). **Crítica de la comunicación**. 1ª. Edición en castellano. Amorrortu Editores. Buenos Aires, Argentina.
- Sinova, Justino (1994). "Transformación del sistema de medios: Impactos económicos y sociales". **Apuntes de la sociedad interactiva. Autopistas inteligentes y negocios multimedia**. Editado por Fundesco. Barcelona, España.
- Spadafora, Ana M. (1999). "Las tecnologías, cultura y globalización", en Rubens Bayardo y Mónica Lacarrieu (compiladores). **La dinámica global/local. Cultura y Comunicación: Nuevos desafíos**. 1ª edición, Ediciones Ciccus, Editorial La Crujía. Buenos Aires, Argentina.
- Tabúas, Mireya (12/06/04). "Los nuevos lectores demandarán más ciberperiodismo". Reseña sobre participación de Javier Díaz Noci en el Primer Foro de Periodismo Digital; **Diario El Nacional**, sección Información General, cuerpo B, página 14. Caracas, Venezuela.
- Thompson, John (1995). **Los medios y la modernidad: Una teoría social de los medios**. Cambridge, Polity Press.
- Turkle, Sherry (1994). "Identidad en Internet" <http://www.sindominio.net/biblioweb/telematica/mud.html>, consultado el 08/06/05.
- Vargas, José Guadalupe (2002). "Cultura y globalización". **Observatorio para la cibernsiedad**. 1er. Congreso ONLINE del Observatorio para la cibernsiedad, Comunicaciones-Grupo 14. <http://cibernsiedad.rediris.es/congreso> (consultado 10/04/04).
- Vassalo De Lopes, Maria I. (2000). "La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas". **Revista Diálogos de la Comunicación**. FELAFACS. Lima, Perú. Pp. 12- 27.
- Virilio, Paul (1997). "L'integralismo tecnologico". Enciclopedia Multimediale delle Scienze Filosofiche. [Http://www.emsf.rai.it/scripts/documento.asp?id=328&tabella=trasmissioni](http://www.emsf.rai.it/scripts/documento.asp?id=328&tabella=trasmissioni); consultado el 07/06/05.