

TITULO: Internet e ideología

AUTOR: Celso Martínez Musiño
Oscar Maya Corzo
Bibliotecólogos
México

RESUMEN: Este trabajo mediante un acercamiento a una definición del concepto de ideología, trata de encontrar un nexo al fenómeno de internet en la sociedad contemporánea. Analiza el papel de internet, la naturaleza del ciberespacio, los contenidos implícitos de información y algunas restricciones de acceso a los contenidos, como son los requerimientos de ciertos requerimientos de infraestructura, tanto de equipos de cómputo como de necesidad de conexión a redes, entre otros. En la principales conclusiones de este trabajo se mencionan las siguientes: el fenómeno de internet comienza a ser protagonistas de la difusión cultural, de las ideas; contiene una carga de información con tendencias idiomáticas agrupadas en una lengua franca (el inglés), origina mayores restricciones para la generación y difusión de conocimiento en idiomas distintos al inglés y por último, se afirma que hay ya una necesidad de crear un contrapeso mediante la generación de información, símbolos o conjuntos de símbolos que reduzcan la incertidumbre y la dependencia hacia la hegemonía de la cultura anglosajona.

PALABRAS CLAVE: Ideología, Internet, Información y sociedad, Cultura y medios

Ideología

Una aproximación

Este trabajo no pretende polemizar acerca del significado del concepto ideología, más bien exploramos un acercamiento a una definición del concepto mismo, tratando de encontrar un nexo con lo que se pretende estudiar, en este caso, el fenómeno de Internet en la sociedad contemporánea.

Al hablar de IDEOLOGÍA, nos remontaremos a una de las definiciones clásicas, la que se refiere a la ideología alemana, ya que es en aquel momento histórico en el que se acuñó el término: "La conciencia, en determinadas circunstancias, produce ideas y representaciones falsas acerca de la sociedad o de la historia. A esto se le llama ideología" (Aguilar Rivero). Tenemos entonces que la ideología es una consecuencia de la conciencia. Para Althusser "la ideología es un conjunto de normas-imágenes en las cuales los individuos se reconocen y se comportan de manera que correspondan con esas imágenes. Esta concepción de la ideología se extiende a todas las sociedades [...] a todos los individuos (sujetos ideológicos)". Althusser se refiere a nuestro asunto en donde el individuo se identifica con su ideología. Ahora bien, diversos autores señalan que la ideología además tiene una intencionalidad o sustantivización ideológica. Se sostiene, además, que dicha sustantivización se lleva a cabo generalmente expresando en conceptos generales y universales la realidad social o los intereses individuales (de clase

o de grupo) con la intención de ocultar las realidades relacionadas entre sí, la dominación de una clase social sobre otra, o de una sociedad sobre otra.

Más allá de tomar en cuenta a algunos referentes teóricos, se podría decir que la ideología es todo lo que se hace y piensa a partir de un acto consciente, expresado por algún tipo de lenguaje (verbal, escrito). Aunque la conciencia, como tal, se expresa en procesos más amplios que no se reducen a manifestaciones ideológicas.

Internet

La aparición de Internet puede ser interpretada como un fenómeno informativo, el cual está cambiando la manera de ver las cosas y la realidad, ya que brinda la innegable facilidad de agilizar y eficientar procesos de creación, almacenamiento y transferencia de información. En esta ocasión nos detendremos en una parada veloz a tratar de describirlos, a Internet, como una herramienta comunicativa. Si intentamos definir el proceso comunicativo nos llevaría demasiado tiempo en simplificarlo, asimilarlo y plasmarlo en un documento corto. Utilizando un esquema básico, sólo mencionaremos que se requieren tres elementos principales para llevar a cabo dicho proceso: emisor, mensaje y receptor. Es importante señalar que mientras aparecen formas más sofisticadas de crear y enviar un mensaje, inevitablemente se requieren de complejas herramientas e instrumentos de codificación-decodificación de la información, estructuras que no sólo tienen un sustento técnico o tecnológico y relaciones entre objetos que evolucionan a gran velocidad y permanentemente. Internet no es la excepción.

Internet puede abordarse como un fenómeno informativo, comunicativo o como una herramienta catalizadora de un proceso de *globalización*; catalizador de procesos de producción o como una frontera electrónica del conocimiento. Aunque, retomando esta última se está erigiendo como una consecuente e ineludible manera de transferir información en grandes volúmenes, y casi por consecuencia lógica, el conocimiento a velocidades impensables a principio y mediado el siglo XX, convirtiéndonos en sujetos que participamos en la *sociedad del conocimiento*. Sin embargo, salvando la ubicuidad de los neologismos (sociedad de la información) se le usa ya como un término aceptado aunque formalmente su definición no sea del todo clara. Aquí cabe destacar que las burocracias y los estamentos de gobierno no quieren quedarse rezagados en los pantanos terminológicos, pues en documentos oficiales mexicanos, como el *Plan Nacional de Desarrollo* y el *Programa Nacional de Educación* establecidos por el presente gobierno, se hace ya alusión a la sociedad del conocimiento.

Naturaleza del ciberespacio

Pero en términos cuantitativos ¿qué tanto pesa Internet? En 1994 a Internet se conectaban ya 2.2 millones de computadoras que se encontraban

en 135 países, con un crecimiento mensual de entre 10 y 15 por ciento, cabe señalar que en ese momento el despliegue gráfico y la capacidad de las computadoras era realmente modesto. Diez años después el desarrollo ha sido notable y exponencial. Las máquinas conectadas superan ya las centenas de millones así como los usuarios de la red, Ahora bien, más que un sistema de máquinas, el ciberespacio es un desarrollo bioelectrónico que lo convierte literalmente en universal, pues existe en cualquier lugar donde haya líneas telefónicas, cable coaxial, fibra óptica, conexión-módem o un espacio en el que puedan viajar ondas electromagnéticas. El o los contenidos que viajan pueden ser conocimiento “bueno” o “malo”, incluyendo ideas incorrectas y posturas que rayan en la criminalidad, sólo se requiere que estén en un formato electrónico e interconectados por un soporte físico (servidor) en portales en los que la gente puede ver, conocerlo, alterarlo o deshacerse de ellos con suma facilidad. En resumen, hay una creación y recreación de conocimiento(s) en todos sus niveles y bajo todas las posibilidades.

Contenidos en Internet

Cualquier persona que alquile, compre o tenga acceso *gratuito*, ya sea por algún proveedor de servicios o un sistema institucional es potencialmente portador-recreador de cualquier contenido. Los contenidos podemos reunirlos genéricamente bajo el término INFORMACIÓN. Ahora bien, información, es un proceso mental a través del cual sus elementos constitutivos se unen cuando existe un problema o necesidad a resolver (Wersig). Además de contener datos, se encuentra constituida por ideas, símbolos o conjunto de símbolos con un significado potencial (Faibisoff), elementos todos que son una constante en Internet y que notablemente se acercan a algunos elementos identificados con la ideología.

Fríamente, los contenidos en Internet difícilmente son controlados o regulados. Para las cibercomunidades es una expresión irrestricta de las libertades de expresión, creación y comunicación; para las mediocridades es una posibilidad de crear contenidos chatarra en cantidades apabullantes para el sentido común; para los mercaderes es el altar a los nuevos becerros de oro. Pero en términos formalmente académicos, los contenidos son de una escasa utilidad informativa, y por ende, de creación de conocimiento(s). De ahí que sus aplicaciones vayan de las estrictas comunidades académicas (grupos de investigadores, universitarios, profesionales) que formalmente son minoría pero mantienen un uso muy alto de la red. O las instituciones de gobierno que pueden abaratar notablemente sus ofertas de servicios de información y de atención a distancia a grupos más amplios que los que se reúnen en las ventanillas de la burocracia. También se encuentran los colectivos y grupos creativos (con todo tipo de tendencias) dedicados a la promoción de subculturas y expresiones culturales anti establishment. Y una vez más los portales de servicios comerciales, con mucho, los más usados a pesar del primer fracaso del e-comercio.

Restricciones en internet

El paisaje un tanto utópico de un ciberespacio como espacio privilegiado de la democracia, la equidad, la participación cívica ha quedado seriamente limitado.

En las sociedades poco desarrolladas sólo un pequeño grupo de personas tiene acceso a un equipo de cómputo. En el caso de México los usuarios permanentes de Internet que lo alquilan no llegaban al medio millón de usuarios (contra los más de 40 que existen en EE UU); además, la mayor parte de las conexiones se realiza en las LAN e intranets institucionales o corporativas. De este pequeño grupo podemos decir que se trata de un grupo privilegiado que necesitan del uso, para sus actividades, de un equipo o que están en proceso de formación en donde necesariamente tomarán decisiones apoyados por la ventajas que ofrece la alfabetización informática. A vuela

pluma podemos decir que existe ya una élite que usa, produce, desecha y transforma Internet.

Una pequeña revolución que no ha llegado del todo significa el poder contar con accesos inalámbricos (lo que permite prescindir de la tiranía de la línea telefónica, el módem o la fibra óptica), y quizá a futuro sea la opción más viable para América Latina,

Lengua

En la llamada globalización económica, que tiene también un impacto y orientación para el aprendizaje del idioma “oficial” para los movimientos de personas y procesos, el inglés, también se refleja en el idioma en que se encuentran los contenidos. Al obtener resultados de alguna búsqueda de algún tema particular, obtenemos mayor cantidad de información en la lengua de Shakespeare. De hecho, se habla de una proyección del *American way of life* en Internet. Estudiosos de los fenómenos asociados a las masas y los productos culturales se atreven a afirmar: “¿Será que existe un proceso de significación tendenciosa de los mensajes o contenidos?” (García Canclini). Lo que nos lleva a inquirir: ¿Habrà una intención de vinculación de la información cultural, mediante los contenidos ideológicos, con el desarrollo global, regional o nacional? ¿Internet es un bien cultural o es sólo un medio?

Conclusiones

Los medios de comunicación, Internet incluido, han pasado a tomar parte protagónica en la difusión de la cultura, de las ideas, de la construcción de la conciencia y por obvia resolución de las ideologías.

El fenómeno Internet contiene una carga de información con tendencias idiomáticas agrupadas bajo una lengua franca: el inglés.

Existen mayores limitaciones para la generación y difusión de conocimiento en idiomas distintos al inglés, básicamente determinadas por factores económicos. Los habitantes del planeta tienen que sujetarse a un idioma predominante, el inglés.

En la medida de no contar con una diversidad de espacios para la generación, difusión y obtención de información, aplicando el principio de equidad, podemos decir que hay una descarga ideológica por parte de quienes organizan, administran y tienen a su disposición las tecnologías de información y comunicación, en este caso Internet.

Hay ya una necesidad de crear un contrapeso mediante la generación de información, símbolos o conjuntos de símbolos que reduzcan la incertidumbre y la dependencia hacia la hegemonía de la cultura anglosajona.