
CAPÍTULO 2

Aportaciones de la tecnología avanzada en la información dentro de la Europa de las Naciones*

Dr. José Manuel Gómez y Méndez

*Con este mismo título, y contenido en páginas siguientes, el autor fue ponente en el Curso denominado "La Comunicación en la Europa de las Regiones", que, bajo la dirección del Prof. Dr. Pedro Orive Riva y la secretaría de la periodista Mayte Suárez Santos, se celebró en agosto de 1993 en el Monasterio de Poio, en Pontevedra, dentro la programación de la Universidad Internacional del Atlántico.

1. ANALISIS Y PERSPECTIVAS

Estamos imbuidos en una realidad comunicacional donde la vertiginosidad informativa nos lleva a una dinámica de la acción tecnológica dentro de la dimensión mundial. El presidente del grupo Alcatel Alsthom, Pierre Suard, decía en una conferencia pronunciada en el seminario "El desafío industrial europeo": "La Europa de 1993 ha heredado una industria de telecomunicaciones con una característica especial. Mientras que todo el resto de la electrónica europea (componentes, equipos de consumo, informática) se difumina o se hunde, la industria europea de telecomunicaciones es, efectivamente, la primera del mundo en su sector". Y precisaba: "Primera por su peso específico: Entre las diez primeras empresas mundiales figuran cinco europeas, ocupando además el primer y tercer puesto en el ranking, a sólo tres norteamericanas y dos japonesas. Después por su dinamismo tecnológico: Europa ha inventado la comutación digital, la radiotelefonía celular, la red digital de servicios integrados... Finalmente, por su expansión internacional: los empresarios europeos venden en 150 países del mundo, repartidos por todos los continentes y nuestra balanza comercial es, en este sector, excedentaria". Planteaba tres cuestiones de cara a mantener Europa su herencia y desarrollarla dentro de una competitividad mundial: "Un mercado interior realmente unificado. Un mercado interior sano y vigoroso y un mercado interior abierto a la competencia mundial, pero bajo la condición de una reciprocidad". Sobre este aspecto indicaba: "América y Japón son, después de más de cien años, unos mercados homogéneos y de talla regional en una escala mundial. Europa es el único de los tres bloques al que se le ha exigido pasar directamente, sin la etapa regional, de una competencia localizada hasta la fecha a nivel nacional en cada uno de sus Estados miembros, a una competencia mundial"¹.

¹SUARD, Pierre: "El desafío industrial europeo en las telecomunicaciones" en *Comunicaciones*, número 13, primavera 1993, pp. 8 ss.

Vemos, por las palabras del presidente del grupo Alcatel, como los cambios tecnológicos hacen que los movimientos industriales desarrollen estrategias y análisis dentro de la comunicación. Señalemos el dato que hasta el pasado 92, se celebraba cada tres años los Congresos Mundiales de Informática (IFIP) y a partir de entonces se acordó en el XII Congreso celebrado en Madrid en septiembre del indicado año, que los eventos fuesen cada dos años, debido a la rapidez con que envejecen las nuevas tecnologías. La presidenta del Comité de Organización de IFIP'92, Rosa Alonso, escribía tras la conclusión del mismo: "Cada vez se tiende a soluciones informáticas más sofisticadas, como multimedias, sistemas expertos o redes neuronales que requieren un hardware muy potente y un software casi futurista, cuyos desarrollos exigen unas inversiones tan ingentes que hacen prácticamente imposible que las grandes compañías, e incluso los países más ricos puedan afrontarlas en solitario"².

Existe un reciente informe del Grupo de Expertos de la Comunidad Europea, presidido por Willy de Clercq, miembro del Parlamento Europeo, sobre "La política de Información y Comunicación de la CE" donde se "analiza, cuestiona y ofrece alternativas al actual sistema de información y comunicación de la CE", encontrándonos "con que no hay una dirección estratégica para la información comunitaria y ninguna oficina central de comunicación (al estilo de las que existen en el Japón, en los Estados Unidos y en los Estados miembros de la Comunidad) para orquestrar la colaboración de los diferentes enlaces y para velar porque las campañas institucionales y sectoriales de comunicación se adapten a la estrategia general". Se reconoce que "tampoco existe una estrategia general de comunicación que establezca lo que debe ser comunicado, a quién y por qué, no hay mensaje claro y neto, ni incitación precisa destinada a provocar las reacciones deseadas", llegándose a puntualizar que "hay una multitud de emisores pero ninguna coherencia de mensaje" y por tanto "nos encontramos ante una masa de información fuera de los objetivos, mal enfocada y desconcertante, que hace virtualmente imposible comunicar el adecuado mensaje al adecuado destinatario, de la forma adecuada, en el momento adecuado y en el lugar adecuado". A pesar que se considera que en Bruselas no existen "ni las estructuras, ni la organización, ni el poder, ni los medios financieros adecuados para procurar las modificaciones necesarias, rápida y eficazmente", se pautan mediadas a emprender: "Un cambio de tono para captar la atención y hacerse comprender; un cambio en la gestión de la comunicación y de la información; un cambio sobre el plano de la organización a fin de dar a la comunicación la influencia y la importancia necesarias en el proceso de toma de decisiones en el día a día; un cambio en la manera de integrar el profesionalismo en el conjunto de las actividades;

²ALONSO, Rosa: "IFIP'92: por primera vez todos los informáticos del mundo", en *Comunicaciones*, número 11, otoño 1992, pp. 23 ss.

un cambio entre las instituciones europeas y los medios de comunicación (sobre todo audiovisuales) y, en particular, los medios de comunicación nacionales y regionales en los Estados miembros; un cambio en el comportamiento indisciplinado de los 'emisores' a fin de evitar que Bruselas no sea considerada sistemáticamente responsable de los fracasos y que los Estados miembros, paralelamente, no se atribuyan sistemáticamente los éxitos; un cambio en el montante de los recursos dedicados a la comunicación, así como una adaptación de estos últimos"³.

Queda de manifiesto que en la Europa de nuestros días se hace necesario un ordenamiento comunicativo, en la que *sin embargo tenemos una abundancia de Medios de Comunicación*, los cuales, debido a los avances tecnológicos y científicos, según Andrew Mango, se han multiplicado "notablemente, dando paso a los ordenadores y a todo tipo de material cibernético"⁴, dentro de una sociedad libre donde "el Estado no puede limitar el acceso a los Medios de Comunicación, al igual que tampoco puede limitar el acceso a los supermercados. Sin embargo, si puede potenciarlo e incluso en algunos casos, facilitar productos de mayor calidad"⁵. David Watson y John Button, presidente y director adjunto de la agencia inglesa Infopress, escriben: "La tecnología también nos brinda su ayuda en este momento. No sólo con las bases de datos y las técnicas de investigación electrónicas que nos proveerán de la información de base para tomar decisiones, sino que también nos permitirá que esta información cruce las fronteras necesarias con rapidez y seguridad para asegurarnos que las personas correctas obtienen la información correcta"⁶. Ante ese avance tecnológico, se ha desarrollado una fuerte comunicación audiovisual, y "no hay ninguna duda de que los medios (impresos y electrónicos) continuarán siendo un importante medio para hacer llegar nuestros mensajes a nuestros públicos objetivos. Una vez más las nuevas tecnologías nos pueden ayudar a hacer este trabajo más eficientemente"⁷ en sus niveles regionales, nacionales como en toda Europa.

Hemos de ser conscientes que la última tecnología, la denominada avanzada, ofrece una perspectiva de desarrollo que en pocos años puede transformar todo el

³"Reflexión sobre la política de Información y Comunicación de la Comunidad Europea", en *Europa Junta*, número 15, abril 1993, pp. 27 s.

⁴MANGO, Andrew: "Como vivir rodeado de Medios de Comunicación", en *Nuestro Tiempo*, p. 118.

⁵Ib., p. 119.

⁶WATSON, David y BUTTON, John: "Comunicaciones en la nueva Europa", en *La Comunicación en la Europa del 93*, Edipo S.A., Madrid, 1992, p. 104.

⁷Ib., p. 105.

panorama de los medios tal y como los conocemos. La información como tal sufrirá una nueva aplicación para que el receptor, a través del uso de la cibernética, pueda pasar a ser un auténtico usuario, es decir que en vez de ser un mero consumidor del mensaje transmitido por un soporte desde el emisor, se convierta en un verdadero selector del mensaje que desea recibir, usando la información para sí y no encontrándose ya "servida" como hasta ahora ha venido aconteciendo. En este terreno tendrá mucho que ver el correo electrónico y el sistema interactivo que a través del desarrollo de la fibra óptica se ofrecerá, los cuales ya tienen sus inicios en distintas regiones europeas, dando paso a la información flexible, obteniendo con rapidez cuanto queramos saber; así en el Reino Unido se ha puesto en marcha una red de datos móviles por "Cognito Group", la cual a través del teléfono celular, permite, con total movilidad, transmitir y recibir texto; aunque hoy limitada a una base de datos, en un devenir cercano podría ser un paso para que a través de un microordenador que quepa en una mano, al igual que ya existe el televisor de dos pulgadas y el Disman (lector de libro mediante disco en tamaño manual, comercializado por la multinacional Sony a partir de 1992 en las regiones europeas), se conecte a un diario desde donde el usuario reciba las noticias que desee cual si a "la carta" se tratase. Puede parecer sorprendente cuanto expresamos, más si consideramos que desde cualquier lugar donde nos encontremos pudiésemos recibir dicha información; sin embargo no es utópica, pues no hemos de olvidar que hace poco más de veinte años, las redacciones de cualquier Medio trabajaban con técnicas manuales y hoy son cibernéticas, donde los periodistas preparan la información electrónicamente y todo el material informativo se halla computerizado en una máquina central, desde la cual se da paso a unos modernos sistemas de impresión; si ya se tiene en un ordenador centralizado, por qué no acceder al mismo por parte del usuario desde cualquier punto móvil y recibir la información que se desee sin necesidad de esperar la impresión del periódico o la hora fijada por un boletín de Medio Audiovisual; habría que sincronizar distintos elementos electrónicos donde la telecomunicación jugará un importante papel, creándose los programas cibernéticos necesarios. Ya tenemos el teléfono celular, el microordenador que habría que perfeccionar para ese fin y tan sólo nos falta el programa necesario para acceder y recibir desde el ordenador central de la redacción del Medio que sea. Ya existen experimentos en países no europeos que no han dado su continuidad y sepan que en una región europea, concretamente dentro del Estado español -no me hagan decirles cuál, por aquello del secreto de investigación- se está avanzando en esta línea, se investiga actualmente sobre ese posible modelo de periódico electrónico o cibernético a través de un equipo interdisciplinar donde convergen estudiosos universitarios de la Informática y de la Información en sincronía con empresas regionales de la Información y de la Publicidad. Watson y Button auguran: "Con el cambio de siglo, los cada vez más pequeños y poderosos ordenadores personales nos permitirán, por ejemplo, escribir una noticia o un proyecto durante una conferencia de prensa en Escocia y transmitirlo directamente desde allí a una reunión de

negocios en Barcelona, un seminario en Bruselas, una sesión de 'brainstorming' en Lisboa o a la barra de un bar en Niza. Estos ordenadores seguramente no tengan teclado, y en vez de escribir en él, escribiremos directamente en la pantalla con lápices láser"⁸.

2. LA MUJER EN LOS MEDIOS

Durante el "Segundo Programa de Acción Comunitaria para la Igualdad de Oportunidades entre las Mujeres y los Hombres de Europa", desarrollado por la Comisión Europea entre 1986 y 1990, se identificó la industria de los Medios de Comunicación como uno de los sectores clave a través de los cuales se puede influir en la opinión pública. La Comisión Europea reconoció que "el aumento de número de mujeres en los puestos de tomas de decisiones y en los empleos creativos de la industria en los Medios de Comunicación permitiría influir en el contenido de los programas y fomentar la imagen positiva del papel de la mujer en la sociedad"⁹. Se creó un Comité para la Igualdad de Oportunidades en el sector de la radiodifusión y televisión con el objetivo específico de convencer a los organismos de dicho sector para que fomentaran la igualdad de oportunidades, a través de acciones detalladas en materia de empleo, acompañadas de una evaluación de su aplicación, así como la creación de una base de datos sobre el empleo de las mujeres y los hombres en este sector, y proyectos de acciones positivas en los que intervieran estos organismos.

En la ejecución del "Tercer Programa de Acción Comunitaria", con periodicidad entre 1991 y 1995, la Comisión de las Comunidades Europeas siguió "fomentando una mejor representación de las mujeres en la industria de los Medios de Comunicación así como en el entorno institucional y profesional de dichos organismos; por otra parte, desarrollar programas y soportes innovadores destinados a combatir los tópicos tradicionales y a promover una imagen positiva de las mujeres y de los hombres"¹⁰. Queda citada la necesidad de soportes innovadores así como se plantean otros pedagógicos que necesariamente han de estar basados en un desarrollo electrónico para su útil y práctica aplicación. Otro segundo bloque de acciones: "Con ayuda del Comité para la igualdad de oportunidades en el sector de la radiodifusión y la televisión, la Comisión deberá proseguir su análisis de la relación

⁸Ib., p. 106.

⁹"Igualdad de oportunidades entre las mujeres y los hombres. Tercer Programa de Acción Comunitaria a medio plazo", en *Cuadernos de Mujeres de Europa*, número 34, Comisión de las Comunidades Europeas, 32 pp.

¹⁰Ib.

existente entre el estatuto profesional de las mujeres en los Medios de Comunicación y los productos que estos difunden y, al mismo tiempo, seguirá elaborando recomendaciones relativas a la representación de las mujeres en la industria de los Medios de Comunicación y la imagen que proporcionan de ellas. La Comisión apoyará también las iniciativas que fomenten las innovaciones a nivel de los programas y de su contenido y procurará fomentar una imagen positiva de la mujer¹¹. Un tercer bloque de futuro: "La Comisión considera que es responsabilidad de los Estados miembros que se adquiera conciencia de la necesidad de determinar de manera equilibrada las funciones respectivas de los hombres y de las mujeres en los Medios de Comunicación, por ejemplo, organizando conferencias y seminarios, investigaciones y campañas de información. Deberán ayudar a las compañías de teledifusión y a los centros de enseñanza a elaborar soportes pedagógicos en este ámbito"¹².

3. TECNOLOGIAS DEDIFUSION

Cuando hemos analizado la realidad tecnológica europea, nos tenemos que detener en aquellos sistemas o técnicas que permiten difundir o distribuir la información y que reciben el apelativo de tecnologías de difusión.

Inicialmente, tengamos un acercamiento a un Medio que en la segunda mitad del siglo XX ha logrado transformar todo el desarrollo social: la televisión; sin embargo, no es momento para pararnos a considerar la televisión herciana -por otro lado suficientemente estudiada- y sí otros dos modelos de televisiones que en los próximos años lograrán sus impactos definitivos en las regiones europeas: las televisiones por cables y por satélites.

En el Cuadro 1 puede verse el número de hogares que tienen el uso de ambas televisiones. En el consumo del cable sorprende como países de la CEE superan en penetración a hogares estadounidenses cuando en apreciaciones no rigurosas se tiene como referencia a Estados Unidos como uno de los países más consumidores de cable. José Miguel Roca expresa: "La principal ventaja de la televisión por cable es que permite la oferta por el mismo medio físico de transmisión de otros servicios de telecomunicación, de ocio o de selección de imágenes, así como el desarrollo sencillo de modalidades de pago por abono o de pago por sesión". Y valora de esta manera su futuro: "La mayor parte de los analistas piensan que los principales canales

¹¹Ib.

¹²ROCA, José Miguel: "El impacto de las nuevas tecnologías en la industria cinematográfica" en *Boletín Fundesco*, número 141, junio de 1993, pág. 15.

de televisión del futuro será de pago, una vez que el mercado publicitario parece haber llegado a un nivel de saturación"¹³. Esta televisión por cable está ofreciendo una posibilidad informativa de nuevas dimensiones con difusión de canales especializados y aumentarán en un devenir inmediato, donde "la pluritelevión -para el profesor Orive- es capaz de suministrar la multiinformación a audiencias distintas en proceso de segmentación acelerada"¹⁴. El profesor Esteve considera cinco contribuciones de la televisión por cable a la sociedad: "1, segmentación de las audiencias; la difusión televisiva por cable facilita, en gran manera, la selección de las emisiones en función de las necesidades concretas y específicas de la audiencia; cada receptor puede optar entre la amplia diversidad de ofertas informativas aquellas que satisfagan sus necesidades. 2, especialización de contenidos: el cable posibilita una programación más diversificada y especializada que responde, en definitiva, al concepto de la 'televisión en abundancia' como se ha definido a esta técnica televisiva. 3, información cercana: este sistema televisivo puede favorecer la intercomunicación entre los miembros de una comunidad local facilitando la información especializada en temas de carácter local y próximo. 4, difusión especializada: asimismo la televisión por cable puede distribuir programas de difusión cultural y científica sobre materias especializadas como medicina, educación, economía, etc. 5, apoyo de servicios específicos: a través de esta técnica pueden canalizarse múltiples servicios específicos que Pigeat concreta en los siguientes: 'servicios automáticos sin intervención humana (información horaria, meteorológica, bursatil, etc.); información especializada en diversas materias (espectáculos, cocina, bricolaje, etc.), sondeos y consultas"¹⁵.

La televisión por satélite tiene a la vista del Cuadro 1, máxima de un 8,6% en Alemania y su tendencia es ir hacia canales de pago, imponiéndose -según Miguel Roca- "en aquellos países en los que no existen todavía redes importantes de cable, aunque con el tiempo los servicios a través de éstas ponen progresivamente cuotas de mercado"¹⁶.

El sector de la imagen va a tener dentro de su proyección hacia el año 2.000 un fuerte impacto de desarrollo a través de la alta definición. La tecnología audiovisual encontrará efectos positivos sobre la aplicación de las técnicas ya existentes y las actualmente en experimentación que, junto a las de nueva creación, aportarán unos aumentos de productividad y disminución de costes en la postproducción. José

¹³Ib.

¹⁴ORIVE, Pedro: *Los españoles ante los telediaros*. AECA, Madrid, 1988.

¹⁵ESTEVE RAMIREZ, Francisco: "La especialización en la tecnología periodística" en *Estudios sobre tecnologías de la Información*, 2. Dykinson, Madrid, 1992.

¹⁶ROCA, José Miguel: *Ib.*



Miguel Roca señala: "Aunque la alta definición es viable tecnológicamente, está aún bastante lejos de ser considerada como un producto comercial con unos usos y destinatarios claros. Los elevados costes de producción de materiales audiovisuales para la alta definición y el alto coste de receptores de televisión para alta tecnología retrasarán su difusión amplia en un plazo que, en principio, no será nunca inferior a 5-10 años"¹⁷.

La cada vez mayor demanda de elementos comunicativos y las posibilidades cibernáticas, ponen en un amplio horizonte tecnológico la difusión mediante la digitalización de datos, dándose paso a las hoy iniciales redes comunicativas donde la información adquiere unas dimensiones infinitas en su tratamiento y almacenamiento, donde los usos serán multidireccionales e integrados dentro de las más variadas parcelas de especialización temática.

Se encuentra ya en servicio en la CE, en un alcance regional y local el "Comunitatis Europae Lex (CELEX) que desde 1986 ofrece toda la legislación comunitaria. El acceso a fuentes de economía y estadística pasa por la red CRONOS; la investigación científica y técnica a través de EABS; el medio ambiente, por la base ENDOC y la biomedicina tiene su base comunitaria denominada MEDREP. A lo largo de la década de los 80 han ido surgiendo en distintos países bancos de datos para ir entretejiendo una red cada vez de mayores características, aparte de la extendida INTERNET:

- * En Dinamarca: Aar Nues, Imy Nands-Posten y Tylland-Posten.
- * En España: Efe-EFEDATA.
- * En Francia: Fran Press-Agora, Le Parisien, Ovest France de Rennes y Republicain Lorrain
- * En Holanda: Dangbland, NCR Handestsban, Parool y Zaterdag.
- * En Inglaterra: Relax en el Telegraph Aryus.
- * En Irlanda: The Irish Tymes.

Dos organizaciones europeas espaciales, la "European Space Research Organization" (ESRO) y la "European Launcher Development Organization" (ELDO), integrando a Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Gran Bretaña, Holanda, Irlanda, Italia, Suecia y Suiza, formaron en 1975 la "European Space Agency" (ESA) y en 1982 surgió la "European Communication Satellite Organization" (EUTELSAT).

¹⁷lb.

CUADRO I

PENETRACION DE LA TELEVISION POR CABLE Y POR SATELITE EN
EUROPA OCCIDENTAL Y ESTADOS UNIDOS

País	Hogares con TV	Penetración TV cable	Penetración TV satélite
Bélgica	3.700.000	89,5%	0,3%
Holanda	6.100.000	82%	2%
Luxemburgo	150.000	80%	1,7%
Dinamarca	2.200.000	52,7%	2,7%
Noruega	1.550.000	38,7%	5,8%
Suecia	3.310.000	39%	7,3%
Alemania	34.800.000	28,7%	8,6%
Austria	2.800.000	25,4%	10%
Suiza	2.400.000	39,2%	0,6%
Francia	20.300.000	3,3%	0,4%
Reino Unido	21.900.000	2,4%	7,3%
España	14.000.000	4,3%	1,8%
Irlanda	1.000.000	36%	2%
Estados Unidos	92.000.000	61%	3,3%

Fuentes: *Mundo Electrónico*, septiembre de 1992.

Diario 16, 20 de marzo de 1993.

La Télévision Américaine, Editorial

Economica, París, 1992.