



04

04

Fecha de presentación: enero, 2016

Fecha de aceptación: abril, 2016

Fecha de publicación: junio, 2016

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: APUNTES PARA UNA REFLEXIÓN

SOCIETY OF INFORMATION: NOTES FOR A REFLECTION

Ing. Veity González García¹

E-mail: dagmara@enet.cu

¹ Periódico 5 de septiembre. Cienfuegos. Cuba.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Barbieri López, D. (2016). Sociedad de la información: apuntes para una reflexión. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 1(1), 34-40. Recuperado de <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

En el presente trabajo investigativo pretendemos abordar el surgimiento del término Sociedad de la Información en su contexto histórico para comprender la influencia que dicho fenómeno tuvo en la comunicación. Esta investigación bibliográfica documental emprenderá un análisis acerca de las directrices actuales de la Sociedad de la Información. Para una comprensión más profunda de estas particularidades haremos énfasis en la banalización de los mensajes periodísticos que sufren los procesos comunicativos al interior de esta sociedad, a través de diversos ejemplos suscitados por los grandes ejes mediáticos del mundo. Sucesora de una era preindustrial que implicó el desarrollo de las materias primas y su desafío al individuo, y de otra que priorizó la explotación de la energía para producir bienes industriales, esta tercera etapa de la larga historia del capitalismo en el mundo desplaza sus intereses hacia un sector que sin dudas le va proveer una herramienta para dirigir la sociedad, el de las comunicaciones. Este panorama sujeta en su interior un cambio radical que transformará el estilo de vida tanto de los países desarrollados como el del *tercer mundo*.

Palabras clave:

Información, tecnología, noticias basuras, banalidad, info entretenimiento, sociedad de la información.

ABSTRACT

With the current research we aimed at pointing out the roots of the term Society of Information in its historical context, in order to understand the influence of this phenomenon in communication. This research has a documentary bibliographical approach and will analyze the current guidelines of the Society of Information. For a better understanding of these features, we will emphasize on the journalist messages banality which occurs during the communication process inside this society, taking into account different examples extracted from the big media axis worldwide. This new era of capitalism, preindustrial age successor, which led to the development of raw materials and meant a challenge for individual workers, and another era which pondered energy exploitation to produce goods, now displaces its interests towards communication, a sector which undoubtedly will provide it with the tools to lead society. This panorama carries a substantial inner change which will transform life style of both the developed and the underdeveloped world.

Keywords:

Information, technology, trash news, banality, info entertainment, society of information.

INTRODUCCIÓN

El inicio de lo que muchos historiadores denominan la etapa postindustrial del capitalismo viene a sentar una pauta en el mundo, no solo a nivel económico, político y social, sino también en el ámbito comunicativo.

Este nuevo comienzo, enmarcado en la segunda década del siglo XX potencia *“el paso de una economía basada en la producción de bienes industriales a otra estructurada fundamentalmente en torno al tratamiento de la información”* (Maciá, 1997, citado por Rodríguez, 2005). Sucesora de una era preindustrial que implicó el desarrollo de las materias primas y su desafío al individuo, y de otra que priorizó la explotación de la energía para producir bienes industriales, esta tercera etapa de la larga historia del capitalismo en el mundo desplaza sus intereses hacia un sector que sin dudas le va proveer una herramienta para dirigir la sociedad, el de las comunicaciones.

Este panorama sujeta en su interior un cambio radical que transformará el estilo de vida tanto de los países desarrollados, como los del “Tercer Mundo”. Vivimos en una tercera revolución industrial, a criterio de muchos teóricos, marcada por el reto que representa el impacto de las nuevas tecnologías. No se trata esta vez de aquellos descubrimientos que signaron el desarrollo tecnológico a nivel mundial como el automóvil, la máquina de vapor y el avión, sino de algo más novedoso, la electrónica.

La aparición de los ordenadores, la Internet, el estudio y los avances de las telecomunicaciones que abordan desde la telefonía móvil, los satélites hasta la miniaturización de los equipos para la comunicación, conforman un espectro cada vez más importante en la vida del hombre que vive en una nueva sociedad, la Sociedad de la Información (SI).

En el presente trabajo investigativo pretendemos abordar el surgimiento del término Sociedad de la Información en su contexto histórico para comprender la influencia que dicho fenómeno tuvo en la comunicación. Esta investigación bibliográfica documental emprenderá un análisis acerca de las directrices actuales de la Sociedad de la Información.

Para una comprensión más profunda de estas particularidades haremos énfasis en la banalización de los mensajes periodísticos que sufren los procesos comunicativos al interior de esta sociedad, a través de diversos ejemplos suscitados por los grandes ejes mediáticos del mundo. Escudriñar en las especificidades de este nuevo período en la historia de la comunicación y la sociedad, constituye la premisa del siguiente trabajo.

DESARROLLO

Cinco mil años de escritura, cinco de siglos de imprenta, sin obviar la oralidad, que nace con el hombre mismo, preceden a esta nueva era bautizada por muchos autores como Sociedad de la Información. La herencia histórica de esta terminología retomará y redefinirá el desarrollo en materia comunicativa alcanzado hasta su llegada.

Hallar un concepto único para el término Sociedad de la Información actualmente, solo se materializa a partir de la diversidad de criterios de varios autores, quienes en su lógica búsqueda de significado a esta nueva acepción confluyen en antecedentes, características semejantes y sistematizaciones propias de ideas y nociones. Una de las primeras aproximaciones para definir el término SI la realizó el economista Fritz Machlup en su libro *The Production and Distribution of Knowledge in the United States* (La producción y distribución del conocimiento en los Estados Unidos). El autor refería que la cantidad de ocupaciones laborales dedicadas a manipular y manejar la información era formidablemente mayor que las relacionadas con algún tipo de esfuerzo físico (Estudillo, 2001).

Más tarde, la conceptualización a la que se acercan muchos de los teóricos de la comunicación fue aportada por el sociólogo japonés Yoneji Masuda en su libro *La sociedad informatizada como sociedad post-industrial*. Masuda consideraba que en una SI el sector más importante de actividad estaba constituido por la industria de la información, en el más amplio sentido de la palabra (Estudillo, 2001).

Fue en 1973, cuando el sociólogo estadounidense Daniel Bell introdujo la noción de SI donde formula que el eje principal de ésta será el conocimiento teórico, *“los servicios basados en el conocimiento habrán de convertirse en la estructura central de la nueva economía y de una sociedad apuntalada en la información, donde las ideologías resultarán sobrando”*. (Burch, 2010 6)

Este término retorna en los años 90 con más solidez a través del desarrollo de Internet y de las nuevas tecnologías de la información. Además, fue incluido en la agenda de las reuniones del G7, en foros de la Comunidad Europea y ha sido adoptado por el gobierno de los Estados Unidos, así como por varias agencias de las Naciones Unidas y por el Grupo Banco Mundial. Ya a partir de 1998, la expresión Sociedad de la Información (SI) fue asumida en la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), en la Organización de Naciones Unidas (ONU) y luego como el nombre de las cumbres mundiales realizadas en Ginebra 2003 y Turín 2005.

El investigador Armand Mattelart al referirse al tema argumenta que *“esta civilización postindustrial es una civilización de servicios, una donde el comercio en línea cortocircuita a los intermediarios restaura la fluidez del intercambio y que consagra la preeminencia del recurso intangible”* (Mattelart, 2001, citado por Burch, 2010). La propuesta de Mattelart es válida para partir de un análisis desde lo general hacia lo particular. En ella coinciden muchos teóricos debido a la percepción del fenómeno comunicativo, a la relevancia y trascendencia del término, pues alude al surgimiento de una nueva forma de producción de riquezas basada en el almacenamiento, procesamiento y la generación de todo tipo de información.

Los sectores relacionados con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) devienen eje fundamental dentro de este nuevo esquema de manufactura.

Una de las definiciones actuales para esta demarcación pertenece a Trejo Delarbre, quien afirma que:

Sociedad de la Información es una de las expresiones, acaso la más promisorias junto con todas sus contradicciones, de la globalización contemporánea (...) es, por lo tanto, realidad y posibilidad. Habría que concebirla como un proceso en el que nos encontramos ya, pero cuyo punto de llegada y consolidación parece aún distante (Trejo, 2001).

La vigencia real de este fenómeno conduce a la idea de que vivimos en esa nueva era que no tiene un fin cercano sino solo una contrapartida que modifique los esquemas de desequilibrio aludidos por muchos estudiosos del tema. Por otro lado para Castells (1997), *"el término sociedad de la información destaca el papel de esta última en la sociedad"*. (Castells, 1997, citado por Trejo, 2001)

Este teórico logra sintetizar una arista fundamental, al traslucir que la nueva etapa del sistema capitalista rige un núcleo definitorio en la modelación de los procesos sociales, la Información. En su opinión, el conjunto de procesos, interrelaciones, proyectos y búsquedas articuladas en los años recientes alrededor de la difusión, acumulación y la caracterización de datos que son posibles gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación y muy especialmente gracias a la Internet, es conocida como La Sociedad de la Información (Trejo, 2001,).

Sin embargo, al decir de Sally Burch, periodista de la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI), la expresión SI se ha acreditado como el término hegemónico, por el bautizo que adoptó en las políticas oficiales de los países desarrollados, además de la coronación que significó honrarlo con una Cumbre Mundial (Burch, 2010). La autora describe la noción básica que ha regido las definiciones del término en análisis, pues su reflexión suscita la realidad de un término creado desde y para la sociedad capitalista, y además permite entrever la brecha digital que abre ante los países subdesarrollados. Por otro lado Gustavo González Rodríguez, investigador chileno, afirma que la Sociedad de la información ha pasado a ser una suerte de icono del proceso mundializador, que recoge tanto los beneficios como los desafíos de los avances científicos y tecnológicos que, sumados a eventos políticos - como el fin de la Guerra Fría y de la confrontación bipolar - concurren a recrear un escenario económico planetario que, si bien ha multiplicado el comercio, mantiene y agudiza condiciones de atraso y exclusión, tanto entre países industrializados y un Tercer Mundo, como en el interior de nuestras sociedades (González, 2005). Sobre esta mirada dirigió sus palabras en la Cumbre Mundial de Sociedad de la Información celebrada en Ginebra 2003 Ricardo Alarcón de Quesada, presidente del parlamento cubano.

Mucho ha logrado el hombre en las ciencias y las tecnologías desde el comienzo de la historia. Impresionan los descubrimientos del último siglo y su incesante dinámica. Pero lo realmente sorprendente es el contraste entre el progreso material reservado solo a algunos, y el atraso

cada vez más agudo en el desarrollo del humanismo y la solidaridad (Alarcón, 2003).

El escenario de opiniones al que se enfrenta esta terminología no deja de ostentar sus seguidores y detractores. Por una parte, la SI deviene sinónimo de desarrollo tecnológico, y por otra, ese desarrollo está signado por la lógica de producción capitalista inclinada hacia los medios de comunicación como instrumentos para establecer el consenso. Ante este panorama los beneficios de la acepción sucumben en arenas movedizas y más bien configuran un nuevo esquema de comunicación a escala mundial patentado en las nuevas tendencias que se abren en la sociedad de hoy.

La globalización constituye un fenómeno determinante en la sociedad contemporánea y fundamental en la modelación de los procesos comunicativos actuales. Como concepto *"es un proceso económico, social, político y cultural que expresa la nueva modalidad de expansión del capitalismo a partir del último cuarto del siglo XX"*. (Ornelas, 2003)

La no intervención del Estado en los asuntos económicos del sistema capitalista trajo consigo la aparición del Mercado y su libre albedrío, bajo lo que se llamó neoliberalismo.

El problema de la autoridad en los medios de comunicación aparentemente quedaba resuelto cuando el Estado, considerado hasta el momento la representación de las personas ante los intereses de las corporaciones mediáticas, se retiraba del centro para darle paso a los designios comerciales que precisaban las leyes del Mercado como eje fundamental en las nuevas directrices del sistema capitalista.

El arbitraje gubernamental y sus estatutos frenaban el crecimiento económico de los medios al impedirles actuar libremente, estos habían olvidado sus compromisos sociales para regirse solamente por criterios estrictamente económicos.

"A partir de este momento el auge de la privatización de las empresas define nuevas tendencias en materia comunicativa que promueven las virtudes de lo comercial y del mercado a grandes voces y de forma incesante a través de sus rapaces empresas y programas". (Fernando, 2010, p. 15).

De esta forma se expresa como los intereses capitales se transnacionalizan, las fronteras de la dominación de países como Estados Unidos se abren fortaleciendo su penetración ideológica y los medios de comunicación se convierten en grandes empresas transnacionales fusionadas a la vez en consorcios mediáticos. Los avances tecnológicos coadyuvaban el rápido desarrollo del sistema social y su imposición como potencia ante los países más pobres. Simultáneamente la sociedad capitalista difundió su modo de vida como paradigma ante el mundo, a través de lo que muchos teóricos llaman industria cultural.

A este contexto no escapa esta era denominada SI, los límites entre lo local y lo global se fusionan ante la

expansión internacional de las industrias mediáticas que han consumado la idea de Marshall McLuhan: la aldea global, hoy convertida en un mundo acoplado por las nuevas tecnologías donde se generan inéditas formas de socialización entre las personas.

Las nuevas tecnologías alcanzan y consolidan su punto máximo con la otrora ARPANET, conocida actualmente como Internet, emergida en los años 90. Su inserción como medio de comunicación determina y explica el por qué de la importancia y existencia de una SI.

La Sociedad de la Información por tanto es expresión de las realidades y capacidades de los medios de comunicación más nuevos, o renovados a merced de los desarrollos tecnológicos que se consolidaron en la última década del siglo: la televisión, el almacenamiento de información, la propagación de video, sonido y textos (Trejo, 2001, p. 1). Estas particularidades que subyacen en el mundo de hoy determinan las tendencias que asume actualmente la comunicación.

La cantidad y variedad de datos que se abre ante el mundo de las tecnologías digitales como Internet, conforman un mundo virtual profundo donde los medios tienen muchos receptores, pero estos últimos a la vez pueden asumir el rol de informar, factores que propician caudales de información muchas veces falseados o parcializados.

Los *mass media* y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, confluyen hoy en todos los ámbitos de la sociedad, en el trabajo, en el hogar y hasta en lo que se denomina ocio. La información gracias a su rápida difusión llega a cualquier lugar del planeta, lo ocurrido en un continente puede verse instantáneamente en cualquier parte del mundo, esta directriz garantiza la omnipresencia de los medios.

Trejo Delarbre (2001), propone otras características desde su óptica personal para la SI. Entre ellas, aborda la multilateralidad / centralidad, y define que:

El contenido de las series y los filmes más conocidos en todo el mundo suelen ser elaborados en las metrópolis culturales. Esa tendencia se mantiene en la Internet, en donde las páginas más visitadas son de origen estadounidense y, todavía, el país con más usuarios de la red de redes sigue siendo Estados Unidos (Trejo, 2001).

Propone además, la interactividad/unilateralidad, pues los nuevos instrumentos para difundir información admiten que sus usuarios sean no sólo consumidores, sino además productores de sus propios mensajes (Trejo, 2001).

A pesar de esto, en la Internet existe la posibilidad de acrecentar la cantidad de datos en la red de redes, y a criterio de este teórico, esa posibilidad no es explotada al máximo, pues la gran mayoría de los usuarios constituyen consumidores pasivos de los contenidos existentes (Trejo, 2001).

El fenómeno del desarrollo mantiene en constante pugna a las grandes potencias mundiales por lograr avances

tecnológicos cada vez más sofisticados, el caso de Internet, constituye un ejemplo notable de cómo a pesar de constituir un eslabón importante en la vida de muchos seres humanos abre también una brecha tecnológica marcada por la desigualdad entre los países desarrollados y los del Tercer Mundo.

Mientras las naciones más industrializadas extienden el acceso a la red de redes entre porcentajes cada vez más altos de sus ciudadanos, la Internet sigue siendo ajena a casi la totalidad de la gente en los países más pobres o incluso en zonas o entre segmentos de la población marginados aún en los países más desarrollados (Trejo, 2001)

La heterogeneidad de prácticas culturales y modos de vida que discurren en las sociedades actuales posibilitan también un discurso heterogéneo en medios de comunicación como Internet. De la misma forma que el arte y la cultura se difunde en los mensajes, también se abre espacio para la reproducción de discursos que reflejen injusticias, prejuicios, abusos, insolencias y crímenes de nuestra sociedad. Esta realidad pletórica de datos, trae consigo el fenómeno de la confusión, pues las fuentes no siempre son totalmente confiables y el propio medio a la vez exige un nivel de preparación y aprendizaje para escoger entre lo que resulta útil, leal y lo manipulado.

La instantaneidad es una característica importante que sintetiza esta nueva era, la difusión de los mensajes mediáticos se resume con tan solo un click, posibilidad que junto a la multimedialidad supera en marcos temporales a los medios de comunicación tradicionales.

Las tendencias actuales de la SI abren posibilidades comunicacionales, reflejan el paso avasallador de las TIC, brindan nuevos espacios para comunicar, pero realmente estos ideales en la práctica cotidiana de los medios no satisfacen los intereses y necesidades de los receptores.

Esta sociedad deviene entonces paradoja de sus realidades y capacidades, donde el interés informativo se desplaza hacia otros entornos por donde fluyen las sociedades desarrolladas.

Recientemente el sitio Cubaperiodistas publicó un artículo periodístico sobre un estudio que hace más de un cuarto de siglo realiza el Proyecto Censurado de la Universidad Sonoma State de California, donde analizan y posicionan las 10 «noticias basuras» y «noticias engaño» difundidas por los medios de comunicación.

El periodista Ernesto Carmona realiza un acercamiento a través de diversos ejemplos acerca de la sociedad info entretenida y desinformada, consecuencia de una industria cultural, en la cual las grandes transnacionales colonizan la cultura y los medios devienen herramienta eficaz para difundir noticias banales, convirtiéndose así el mensaje periodístico en algo baladí, vacío, de interés sensacionalista.

La lista contrapone y coloca en tela de juicio los valores noticias de los medios de prensa norteamericanos, en los cuales se pierde el sentido del equilibrio informativo.

Existe un ranking mundial de “noticias basura” y “noticias engaño” que destruye el mito contemporáneo de la llamada Sociedad de la Información. Más bien vivimos en una sociedad desinformada, pero superentendida y embobada por los grandes medios que difunden “noticias basura” y “noticias engaño” (Carmona, 2009).

El neologismo infoentretenimiento fue acuñado por primera vez a comienzos de los años 80 por el académico Carl Jensen, fundador del Proyecto Censurado y esta categoría le valió para realizar un estudio minucioso acerca de la realidad difundida por los medios norteamericanos.

Los ciudadanos engordan alimentándose con “comida chatarra”, porque es más barata y la publicidad tipo McDonald’s oculta que daña la salud. Igualmente, la gente es forzada a consumir “noticias basura” y “noticias engaño”, que aumentan su obesidad cultural y mental en vez de informarlas veraz y oportunamente. El derecho a la información está consagrado en las constituciones de numerosos países, pero se ha convertido en letra muerta (Carmona, 2009).

En el encuentro de Facultades Latinoamericanas de Comunicación Social (FELAFACS) realizado en Cuba en el año 2009, renombrados estudiosos de la comunicación desmitificaron la invención contemporánea de la llamada SI. Consecuente con el significado optimista que se le atribuye al término, el encuentro centró el debate en la crisis de público atribuida a las malas hadas de la tecnología. Jesús Martín Barbero argumentaba que se trata de una crisis de lenguaje y de modos de comunicación con el público (Barbero, 2009, citado por Morales, 2009).

El panorama real disputa esa dicotomía llamada SI, de la que solo sobrevive un espejismo de lo realmente informativo. El espectáculo mediático de la sociedad actual está secundado por quienes construyen con dinero, recursos y poder un mensaje banal, manipulado de acuerdo a sus intereses económicos.

Mientras algunos autores hablan de SI, sus implicaciones actuales y la conceptualización del término, otros se refieren a la Sociedad del Conocimiento como una propuesta que funciona en contrapartida a la veracidad de la anterior. La periodista Sally Burch realiza un acercamiento al fenómeno. La Sociedad del Conocimiento surgió hacia finales de los años 90 y es utilizada en los medios académicos, como alternativa de algunos a “Sociedad de la Información”. La UNESCO, en particular, ha adoptado el término “Sociedad del Conocimiento”, o su variante “Sociedad del Saber”, dentro de sus políticas institucionales (Burch, 2010, 13).

En realidad la nueva acepción no viene a aportar un significado totalmente nuevo sino más bien a rescatar y redefinir la esencia de su anterior. Diversos autores coinciden en que la característica fundamental de la SI se materializa hoy con el hecho de informar meramente, mientras que para otros Sociedad del Conocimiento abarca un sentido más amplio, donde se entiende la comunicación como un proceso que engloba otras particularidades.

En términos de Pérez Tornero, *“Sociedad del Conocimiento tiene la característica fundamental de informar y conocer; conocer en el sentido de añadir conciencia a la información, en el marco de una sociedad postindustrial, pues quien tiene la información científico - técnica, tiene la clave del progreso y el dominio tecnológico”*. (Pérez Tornero, 2000, citado por Trejo, 2001)

Por otra parte, Awaheed Khan, otrora subdirector general de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y estudioso del tema, afirma que “Sociedad de la Información es la piedra angular de las sociedades del conocimiento. El concepto de “Sociedad de la Información”, a mi parecer, está relacionado con la idea de la innovación tecnológica, mientras que el concepto de sociedades del conocimiento incluye una dimensión de transformación social, cultural, económica, política e institucional, así como una perspectiva más pluralista y desarrolladora (Burch, 2010, p. 12).

En cuanto a la Sociedad del Conocimiento, Castells abunda que *“se trata de una sociedad en la que las condiciones de generación de conocimiento y procesamiento de información han sido sustancialmente alteradas por una revolución tecnológica centrada en el procesamiento de información, en la generación del conocimiento y en las tecnologías de la información”*. (Castell, 1997, citado por Burch, 2010)

Varios estudiosos del tema se alejan de la búsqueda de significados para proponer definiciones alternas que alimenten el debate teórico sobre el tema. Desde diversos puntos de vistas surgen propuestas alternativas que sustentan la polémica del término Sociedad del Conocimiento.

Sally Burch aclara que para hacer referencia a sociedad, debe hacerse desde el término en plural como sociedades pues ello implica reconocer la heterogeneidad y diversidad de las sociedades humanas y reafirmar el interés de que cada sociedad se apropie de las tecnologías para sus prioridades de desarrollo y no que deba adaptarse a ellas para poder ser parte de una supuesta sociedad de la información predefinida (Burch, 2010).

La autora también refiere que este proyecto de SI debe poseer la particularidad de constituir un bien público, no una mercancía, la comunicación debe verse como un proceso participativo e interactivo, el conocimiento una construcción social compartida, no una propiedad privada, y las tecnologías un soporte para todo ello, sin que se conviertan en un fin en sí.

Sociedad del Conocimiento entonces deviene construcción social del conocimiento, reflejo de realidades próximas, aprovechamiento de las bondades tecnológicas para abrirle caminos donde se comparta el saber, no para engullirla.

CONCLUSIONES

Sociedad de la Información constituye un término muy tratado desde la perspectiva de los teóricos que lo abordan.

Aún cuando no existe un concepto completamente aceptado de lo que significa, la mayor parte de los autores concuerda que el comienzo de la etapa postindustrial del capitalismo y el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación, con la irrupción de Internet, configuran las condicionantes de la acepción.

El nacimiento de esta nueva sociedad donde la calidad, la gestión y la velocidad de la información se convierten en factor clave de la competitividad tanto para el conjunto de los emisores como para los receptores determina un factor esencial: la información es controlada por las condiciones del mercado.

Omnipresencia de los medios, heterogeneidad del discurso mediático, interactividad-unilateralidad y exuberancia conforman una paradoja de la Sociedad de la Información. Las tendencias actuales de esta era, refuerzan la brecha digital de los grandes países desarrollados y reflejan a una sociedad estigmatizada por el recurso tecnológico.

En la sociedad de hoy se da la información como un elemento accesible, que se puede poseer, que da poder y conocimiento pues deviene culto, mito, algo que concede ventajas y dominio. Sin embargo, el carácter informativo de esta se pierde al tiempo que ha pasado a ser un bien de consumo.

En la actualidad el auge de la privatización de las empresas mediáticas determina quienes tienen acceso a ella y por otro, qué se divulga en su mensaje, factores propicios para la banalización de los mensajes periodísticos en los medios de comunicación.

Diversos autores refieren a Sociedad del Conocimiento como la contrapartida de Sociedad de la Información, donde realmente se le hace frente a la dinámica de concentración y privatización del conocimiento, y se prioriza comunicar de otra manera para compartir el saber. De esta forma surgen propuestas alternativas, en consonancia con el término, que incluyan los ideales de transformación de las sociedades de hoy, desde perspectivas más pluralistas y desarrolladoras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, R. (2003). *Un nuevo orden mundial de la información y las comunicaciones, es una necesidad impostergable* en MINREX. Recuperado de http://www.cubaminrex.cu/Sociedad_Informacion/Fasel.htm
- Burch, S. (2010). *Sociedad de la Información/Sociedad del conocimiento* en VECAM. Recuperado de <http://vecam.org/article518.html>
- Carmona, E. (2009). *Ranking mundial de "noticias basura" y "noticias engaño": ¿Sociedad de la Información o del infotretenimiento?* en *Cubaperiodista*. Recuperado de <http://www.cubaperiodistas.cu/noticias/septiembre09/23/07.htm>
- Estudillo García, J. (2001). *Surgimiento de la sociedad de la información*. Biblioteca Universitaria, 4 (2), 77-86 Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/285/28540203.pdf>
- Fernando, M. (2010). *El Nuevo Orden Mundial de la Comunicación en la Era de la Sociedad de la Información*. Razón y palabra, 35. Recuperado en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n35/fmarquez.html>
- González, G. (2005). *Informe Mac Bride y Sociedad de la Información*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Morales, C. (2009). *Las palabras sagradas de Jesús Martín Barbero*. Recuperado de http://www.cubahora.cu/index.php?tpl=buscar/ver-notbuscar.tpl.html&newsid_obj_id=1034243
- Ornelas, J. (2003). *Globalización neoliberal: economía, política y cultura*. Recuperado de <http://rcci.net/globalizacion/2004/fg457.htm>
- Rodríguez, M. (2005). *Tendencias del periodismo contemporáneo (Selección de Lecturas)*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- Trejo, R. (2001). *Vivir en la Sociedad de la Información*. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*. 1. Recuperado de <http://www.oei.es/revis-tactsi/numero1/trejo.htm>