

# CULTURA Y GLOBALIZACIÓN: PERFIL DE UNA ÉTICA EN CRISIS

*Dr. Jaime Astudillo Romero*  
*Rector de la Universidad de Cuenca*

## 1. El mundo del silicio y la comunicación digital

**E**l escenario de fin de siglo, a diferencia de otros hitos precedentes del desarrollo de la humanidad, es esencialmente inestable, inevitablemente cambiante. Lo que para muchos es un cambio de civilizaciones, la cuarta edad de las máquinas o la tercera revolución industrial tiene como ejes generadores: un proceso intenso, aunque todavía imperfecto, de globalización o mundialización de mercados, cada vez más relacionados con los conocimientos y las tecnologías y una verdadera revolución del desarrollo científico y tecnológico resultado de la aplicación de la *informática* en los sistemas de producción y en cada espacio de la vida cotidiana. Revolución, esta última, que tiene como consecuencia un conjunto amplio y diverso de transformaciones en la cultura, en las formas de ser y actuar individuales y colectivas de los seres humanos, tan profundas como las que siguieron al descubrimiento de la rueda, la máquina de vapor o el automóvil.

Las cortas y fugaces tres décadas finales del siglo pasado, han sido en realidad, un amplio escenario para cambios imprevisibles, que han contribuido al descalabro afortunado de dogmas, tabúes y mitos envejecidos, ampliando el horizonte del futuro como desafío, pero creando al mismo tiempo nuevos temores y dudas, nuevos retos que ya son parte de nuestra *agenda*, en el sentido latino del término, como cosas que tienen que ser pensadas y hechas por nosotros, como obligación y a la vez como derecho de los hombres y mujeres de la presente generación.

Estamos en efecto en el centro de una avasalladora revolución tecnológica. La sociedad de la información y sus dilemas que fueron hace poco, materia prima para los escritores de ciencia ficción y no pocos agoreros del Apocalipsis, hoy son una realidad

concreta. El cambio de siglo coincide con el paso inevitable de la comunicación dominada por un sistema analógico basado en ondas hertzianas y transmisión por cable, a la era de la comunicación digital transmitida por compresión numérica. Para R. Roncagliolo: *Lo más grave es que la transformación tecnológica y comunicacional se rige por una suerte de aceleramiento histórico que rompe todas las previsiones intelectuales. Muchos siglos de predominio de la tecnología del lenguaje oral, unos pocos de escritura, apenas cinco siglos de imprenta, uno de electrónica y ya estamos ad portas de la galaxia bit. El análisis político está recién descubriendo la televisión, mientras que la realidad entra en una etapa post-televísiva. Aquí y ahora. La asincronía entre evolución social y percepción intelectual se expresa en miopía de quienes practican la última.*<sup>1</sup>

*Si los químicos y los físicos son los modernos herederos de la tradición alquimista*, nos dice el periodista norteamericano Dirk Hanson, *el matrimonio de estas dos disciplinas en la ciencia de la microelectrónica es la nueva alquimia del siglo XX*.<sup>2</sup> Unas pocas millas al sur de San Francisco, en el pequeño Silicon Valley, meca de estos nuevos alquimistas, se diseña, en pequeñas y delgadas láminas de silicio cristalino, el elemento más abundante de la naturaleza después del oxígeno, el futuro tecnológico de la humanidad.

Para muchos, el microprocesador electrónico no es más que una máquina que ha dejado a más gente sin trabajo en menos tiempo que ninguna otra máquina creada con anterioridad.<sup>3</sup> Para otros, está destinado a ampliar el poder intelectual del ser humano con más intensidad con que la revolución industrial amplió el poder físico de sus músculos. Desde luego, la transmutación actual del chip de silicio en información digitalizada, ha hecho realidad el viejo sueño alquimista de antaño de transmutar la materia en oro, concretando la búsqueda ansiosa de la piedra filosofal en las incalculables fortunas del negocio informático.

---

<sup>1</sup> RONCAGLILO, Rafael. De las políticas de comunicación a la incomunicación política. En: Nueva Sociedad N° 140. 1995.p.103.

<sup>2</sup> HANSON, Dirk. Los nuevos alquimistas. Silicon Valley y la revolución microelectrónica. Venezuela. Editorial Planeta. 1984. p. 13.

<sup>3</sup> *Ibíd.* p. 12.

La presencia en la vida cotidiana del fax, el correo electrónico, los satélites, la videocasetera, el TV Cable, el láser, la cibernética, las computadoras, la comunicación interactiva, nos hacen pensar en una gran telaraña electrónica que vincula, que amplía horizontes, que abre posibilidades para un conocimiento más amplio y cercano del mundo en todas sus latitudes, pero al mismo tiempo consolida la posibilidad del control sobre la comunicación y la difusión de patrones culturales. Al menos dos parámetros importantes describen este problema: La avasalladora monopolización de la información y comunicación global por parte de las corporaciones transnacionales y la concentración de poder que eso significa (basta recordar que de las 100 agencias de prensa que existen en el mundo únicamente cinco de ellas: Associated Press, United Press International, Reuters, France Press y Tass controlan el 96% de los flujos de noticias mundiales) y, lo que Howard H. Frederick denomina: las crecientes disparidades entre las poblaciones *info-rich* e *info-poor* (ricos y pobres en información) que el mismo autor ejemplifica con los siguientes datos:

El 95% de todas las computadoras están en los países desarrollados. Cerca del 60% de la población mundial experimenta una carencia aguda de libros. Un lector del New York Times consume más páginas de periódico cada domingo que un africano promedio en un año. EE.UU. y la Comunidad de Estados Independientes con solo el 15% de la población mundial ocupan más del 50% de la órbita geoestacionaria; el Tercer Mundo ocupa menos del 10%. Diez países desarrollados con el 20% de la población mundial tienen casi las tres cuartas partes de las líneas telefónicas.<sup>4</sup> Muestras evidentes aunque ligeramente desactualizadas (1993) de una *comunicación* que incomunica y que aporta a una cultura del silencio en la que como siempre nuestros países están condenados al rol de receptores y no de actores, de elementos pasivos de un hecho comunicativo unilateral y por tanto menos libre.

---

<sup>4</sup> FREDERICK H., Howard. *Democratizando el ciberespacio*. Revista Chasqui N° 45. CIESPAL. Quito. Abril de 1993.

## 2. Un perfil del cambio cultural de fin de siglo y su nueva ética

El paso metafórico previsto por MacLuhan de la galaxia Gutenberg a la galaxia de Marconi, la presencia del paradigma digital y del poder omnímodo y concomitante de los medios de comunicación, delimitan el marco de la nueva revolución industrial simbolizada por la **informática**, las **telecomunicaciones** y el **audiovisual** que incide de una manera directa e integral en serias y profundas transformaciones no solo en el proceso de producción de bienes materiales, sino también en la cultura, es decir, *en las concepciones de vida y en los valores éticos, estéticos, artísticos y religiosos de las poblaciones anteriormente restrictas a una localidad particular con una identidad cultural propia y bien definida que se expresaba en su cotidianidad*".<sup>5</sup>

La cultura contemporánea ha sido calificada como una cultura simbólica. No solo porque las nociones de tiempo y espacio han dejado de lado sus referentes objetivos y concretos para expresarse mediante convenciones matemáticas ni porque el saber científico, que es también una representación simbólica de la realidad, haya alcanzado un desarrollo y una presencia paradigmáticos en la época, sino porque los signos y símbolos han reemplazado a las palabras como medios de comunicación. La sustitución compulsiva de una cultura basada en el concepto verbal, la palabra escrita generalmente sistematizada en textos, en ideas fragmentadas que discurren lineal e inductivamente, por el lenguaje electrónico–visual, implica una fractura radical capaz de afectar la capacidad representativa y comprensiva del sujeto formado en la cultura tradicional y de procrear nuevas generaciones con una facultad de percepción drásticamente distinta de la precedente.

La integración cognoscitiva tanto virtual como real del mundo contemporáneo; la ampliación ilimitada de la posibilidad de acceder al conocimiento sin barreras de tiempo ni distancias; la proyección holística, súbita y a la vez integral e integradora de la cultura electrónico–visual, distinta de la fragmentación lineal y analí-

---

<sup>5</sup> FERREIRA, María Nazareth, América Latina: Globalización y Cultura. En: Efectos de la globalización en América Latina. Memorias del VIII Encuentro de realidad económica y social del Ecuador y América Latina. Cuenca, 1997. p. 63.

tica de la realidad propia de la cultura literaria o alfabética (para muchos entendidos, el carácter marcadamente iconográfico de la nueva cultura, convierte la imagen, el gesto, la percepción primaria en ingredientes básicos del pensamiento y activa el hemisferio cerebral derecho asociado con las dimensiones intuitivas, afectivas y sintetizadoras de la conducta); la probabilidad de democratizar de forma efectiva el conocimiento, por vías tan incontrolables y abiertas como el Internet; y sobre todo, la ruptura violenta de los límites para las realizaciones humanas, la liberación de la imaginación en un mundo donde todo es o puede ser posible, constituyen algunos efectos que podríamos llamar positivos de los cambios científico–tecnológicos recientes.

Sin embargo, el hecho lamentable de que estos cambios hayan estado y estén ligados intrínsecamente con el proceso de consolidación de un capitalismo mercantil puritano y descarnado, hacen que el efecto de los mismos tenga, genéricamente, una proyección negativa. Cito algunos ejemplos:

a. Es evidente que la globalización es todavía un proceso en ciernes, desigual, contradictorio, no consolidado. Pero, avanza como tendencia. La circulación mundial de valores y símbolos, al tener un matiz unidireccional y un carácter claramente impositivo, genera el efecto negativo de la homogenización y uniformación compulsivas de formas de ser y actuar a nivel planetario.

La difusión simultánea y mundial de las mismas informaciones y modelos de consumo y de formas de comportamiento, originan un despojo paulatino de la identidad del sujeto de la cultura, de su historia y de sus formas diferenciadas de expresión. Una cultura que pretende construir la homogeneización forzada de los patrones de consumo cultural, reduce los códigos culturales a mercancías, convierte al consumidor en un sujeto pasivo, amorfo, superfluo, sin intereses específicos ni formas de conciencia propias, sometido a un mercado interno y externo delimitado por aspiraciones, deseos e intereses económico–culturales impuestos. Hemos vivido y estamos viviendo una civilización de las cosas y no de las personas, de las mercancías y no de los seres humanos.

b. El sistema económico y social imperante, a través del proceso de globalización y la influencia de los *mass media* y especialmente de la televisión disponen ahora de una influencia norma-

tiva poderosa. Para Octavio Ianni los *media* se han transformado en un inmenso intelectual orgánico que traduce para las colectividades las imágenes de la realidad y las visiones del mundo de los bloques del poder y por ende los modos de organizar, influenciar, inducir o dinamizar las estructuras de dominación política, apropiación económica y valoración ideológica que prevalecen en la sociedad global.

Esta fuerza normativa que no respeta costumbres, hábitos o juicios de valor preexistentes invade nuestro espacio humano de realización. La globalización mediática crea y difunde una nueva ética social inmediata, con un profetismo especial y un contenido moral propio. Es la misma moral del mercado: el sujeto es siempre individual y solamente existe en cuanto tiene algo para comprar o vender. Comprar, vender, consumir, enriquecerse materialmente es la fórmula esencial de la moral mediática organizada por el imperativo publicitario. Su verdadera agenda es el liberalismo comercial impulsado por la nueva eticidad mediática y el carácter ubicuo y omnipresente de los medios de comunicación que se sustenta en el efecto tecnológico de **simultaneidad, instantaneidad y globalidad** que los caracteriza. La ficción de que todos saben lo que está sucediendo y que todo le ocurre a todo el mundo al mismo tiempo, pasa a ser una realidad irrefutable en procesos tan complejos y cuestionables como la Guerra del Golfo o los bombardeos de la OTAN a Yugoslavia.

c. Vivimos el imperio de la imagen y lo que no se visualiza en los media simplemente no existe. *Lo que aparece es bueno y lo que es bueno aparece*, es la nueva visión distorsionada del principio de visibilidad de las cosas públicas. Por su parte, la vieja fábula de las abejas de Mandeville ha sido renovada para difundir y convencer que los *private vices* pueden producir *public benefits* (vicios privados–beneficios públicos). La idea de Adam Smith, que al conseguir cada uno satisfacer su ansia de ganancia, lucro y beneficio, colabora al bienestar general de los pueblos está vigente. Los médicos modernos curan a pesar de que se enriquecen o los abogados sirven a la justicia a pesar de que viven de la discordia, como flagrante comprobación de que la modernidad crea sus propios mitos para justificar sus errores.

Con evidentes y honrosas excepciones, los medios de comunicación practican el estilo paparazzi, violentando todo derecho a la intimidad, al honor personal o colectivo. Todos somos culpables mientras no se pruebe lo contrario en el escenario cotidiano del escándalo que es el sustento de los noticieros de prensa y televisión y el hábito de consumo cada vez más preferido en los ratings de audiencia.

d. La oposición creciente entre la lógica socio-económica del mercado y las necesidades socio-culturales, ha impuesto un conjunto de determinaciones negativas como son: la disminución de la calidad estética en la producción artística culta; la sustitución o deformación, a veces violenta, de valores intrínsecos de lo popular; el congelamiento de la circulación de los bienes simbólicos en colecciones, museos, palacios, bienales y otros centros exclusivos; el desarrollo hiperbólico de determinados productos culturales más susceptibles de incorporarse al mercado que otros. Las empresas culturales por su parte, con muy pocas excepciones, dirigen sus inversiones a las áreas de recuperación económica más segura e inmediata: culebrones transnacionales, revistas y vídeos descafeinados, mercantiles y sin riesgo y todo lo masivamente comercializable, mientras decaen la experimentación estética y la crítica cultural y la vídeo política convierte los intercambios de información en espectáculos deformes donde las acciones se reemplazan con actuaciones o simulacros y las necesidades colectivas de información, recreación e innovación están fatalmente subordinadas a la lógica de rentabilidad comercial de los *mass media*.

e. Una creciente individualización de la vida social, profundiza las diferencias entre lo público y lo privado y exagera la pérdida de la noción y el sentido que tiene compartir espacios, momentos, ritos y acciones que sustentan una cultura solidaria. La corrupción es más usual que nunca. Ha invadido todo el tejido social, ya sea en el ámbito de la gestión pública y su imperativo ético de subordinación de los intereses particulares al interés público o general, o en la empresa privada como ruptura de las propias reglas de juego del interés particular y de la economía de mercado con el propósito de obtener mayores ventajas y el enriquecimiento fácil. El carácter ecuménico de la corrupción, su aceptación como un comportamiento normal ya sea a través de las grandes es-



tafas de cuello blanco hasta el pequeño soborno ha agudizado la perversión de las costumbres políticas y de las prácticas económicas y ha puesto en evidencia la transmutación negativa de los códigos éticos en función de la hegemonía creciente de la economía de mercado, propiciando que la sociedad entera se comprometa en un proceso de complicidad social con la corrupción cuyo efecto inmediato es generar más corrupción. Incluso en la legitimación del sistema político que se produce a través de la estructura de preferencias electorales existe una tendencia cada vez mayor por el uso y abuso clientelar del voto ciudadano como objeto de intercambio, es decir un voto a cambio de favores. Esta misma lógica puede ayudar a explicar acciones que basadas en intereses coyunturales y crematísticos pueden arrasarse con rasgos esenciales y profundos de la escala de valores tanto individual como colectiva.

### **3. El desarrollo científico y el reto del “casillero vacío” en América Latina**

La síntesis iconográfica que dibuja esta fase inicial de la revolución científica que estamos viviendo, como un hacha de bronce en la edad media, nos hace intuir más que prever el horizonte de un cambio inaprehensible ni con la imaginación más desbordada y audaz. La tesis del *casillero vacío* desarrollada por Fernando Fajnzylber, toma como referentes dos entradas cuyos ejes son *crecimiento económico* y *equidad*, para caracterizar la existencia en América Latina de una tipología diferenciada de países que llenan: a) El casillero de crecimiento positivo pero con equidad negativa; b) El casillero de crecimiento negativo y de equidad positivo; c) El casillero de crecimiento y equidad negativos, en el cual, sin lugar a duda y a la cola del continente, se encuentra el Ecuador; y d) El casillero en el que deberían estar los países en los que el crecimiento económico y la equidad son positivos, es un casillero vacío. Esta situación descrita en 1990, al finalizar la década demuestra haberse reafirmado y ampliado, muy a pesar de la última estrategia cepalina de la *Transformación Productiva con Equidad* supuestamente vigente desde inicios de los 90, para combatir en la región los múltiples efectos negativos del neoliberalismo y llenar, ahora sabemos que infructuosamente, este casillero vacío.



Sin embargo, un aspecto interesante y de validez actual de la propuesta de CEPAL es el concebir el conocimiento y por tanto, la educación y el desarrollo científico y tecnológico como sustento articulador de la opción de mejorar simultáneamente la producción y los niveles de vida poblacional y de alcanzar la equidad, eliminando la desigualdad aunque no la diversidad social.

Llenar el casillero vacío de una Universidad sólidamente científica, creativa y humanista, en una sociedad basada en el conocimiento que se encuentra en ciernes, en la que no solo compiten despiadadamente las economías sino también los sistemas educativos y las culturas, es el desafío más exigente de la Universidad contemporánea como espacio de realización científica y humana.