



Formación de Periodistas

# Economía de la Información



Konrad  
-Adenauer-  
Stiftung

---

Programa Medios de Comunicación  
y Democracia en América Latina

**Economía de la Información, Sociedad de la  
Información, Información Periodística:**

***Elementos compartidos hacia una información  
pluralista y equitativa***

***Autores: Thomas Otter y Mónica Cortez***

***Noviembre de 2003***

## Índice

1.	Introducción	.....3
2.	Economía de la información	.....4
2.1	Definición	.....4
2.2	Elementos principales	.....4
2.3	Los pioneros	.....5
2.3.1	George Akerlof.	.....5
2.3.2	Michael Spencer	.....5
2.3.3	Joseph Stiglitz	.....7
2.4	La economía política de la información	.....7
2.5	Fuentes de Asimetría de Información	.....8
2.6	Crecimiento y Desarrollo	.....8
3.	La Economía de la Información, las TICs y la Sociedad de la Información	.....9
3.1	La Economía de la Información y las TICs	.....9
3.2	La Sociedad de la Información	.....10
3.2.1	El proceso de digitalización: el motor de arranque	.....11
3.3.	Las TICs y la oportunidad para el desarrollo	.....12
4.	La brecha digital o una nueva forma de exclusión social	.....14
5.	La Sociedad de la Información y el Periodismo	.....15
6.	Bibliografía	.....19

## 1. Introducción

¿Cuál es el concepto de la Economía de la Información? ¿Cuál es el concepto de la Sociedad de la Información? ¿Cómo se vinculan estos dos conceptos? ¿Cuáles son sus implicancias para la labor periodística? Estas son las principales preguntas que, entre otras, quiere responder el siguiente artículo.

Las ideas básicas de la Economía de la Información son ciertamente famosas. La concesión de los premios Nobel 2001 a los economistas George Akerlof, Michael Spence y Joseph Stiglitz, fue el reconocimiento de la importancia de un trabajo que se desarrolló a lo largo de más de tres décadas y cuyos resultados lograron a hacer caer viejos paradigmas. Sus ideas básicas y el cambio de paradigma son presentados en la primera parte del trabajo.

En la segunda parte se da un repaso a los elementos vinculantes entre la Economía de la Información, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs) y la Sociedad de la Información. Información y digitalización de la Información son en primer término los factores de convergencia entre los tres conceptos. Las ventajas y desventajas de las nuevas formas de flujo de información y comunicación son también abordadas en este punto, a partir de reflexiones críticas de quienes ven con optimismo el surgimiento de la Sociedad de la Información y quienes creen que es apenas, un proyecto unidireccional de naciones desarrolladas ricas y grupos económicos empresariales.

La enorme brecha digital o el “apartheid electrónico”, como le llaman algunos, es el tema abordado en la tercera parte. El bajísimo nivel de acceso a internet y a las nuevas tecnologías de información de millones de personas de naciones en desarrollo y pobres— a más de la falta de servicios básicos de energía eléctrica, telefonía, agua potable, educación básica y empleo—, constituye el centro de la polémica así como la escasa pluralidad cultural de los contenidos informativos distribuidos a través de la red.

Finalmente, en la cuarta parte los autores plantean los principales desafíos que afronta el ejercicio del periodismo, y particularmente el periodismo económico, en el nuevo escenario que se dibuja con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el advenimiento de la Sociedad de la Información y la presencia omnipresente de los problemas de información asimétrica. Este punto intenta esbozar algunas propuestas acerca de las contribuciones que puede hacer el periodismo tanto en reducir fallas de información asimétrica como enriquecer la calidad informativa de los mensajes distribuidos en la red.

## 2. Economía de la Información

### 2.1 Definición

Por Economía de la Información se entiende el estudio de las relaciones entre los agentes económicos en situaciones en las cuales existe una distribución desigual de la información disponible, denominado “asimetría de información”. Además, el área de la Economía de la Información viene caracterizada por procesos en los cuales hay que tomar decisiones aún cuando la información disponible es incompleta.

El desarrollo de esta rama de la economía se ha concentrado en cuatro áreas temáticas:

- El análisis económico de las subastas (venta de bienes usados);
- El problema de la selección adversa y los mecanismos que han desarrollado los mercados para solucionarlo;
- El problema del riesgo moral (*moral hazard*) y sus implicaciones para el diseño de contratos en el marco de la Teoría de la Agencia
- Una aproximación que estudia el valor de la información en un contexto de toma de decisiones con incertidumbre.

### 2.2 Elementos

En la economía, la información es un elemento determinante en la toma de decisiones, aunque en la mayoría de los casos los consumidores y los productores no tienen la misma información en lo referente a las variables más importantes de su elección. Así, definimos información asimétrica como una situación en la que el comprador y el vendedor tienen información diferente sobre una transacción. En la teoría de una economía en libre competencia, se considera que los mercados actúan siempre con información perfecta. En estos modelos teóricos, toda la información relevante se transmite a través de los precios, y las distorsiones, si aparecen, tendrán una incidencia temporal e irrelevante.

Pero en la realidad, muy frecuentemente esta hipótesis no se cumple, ya que en casi la totalidad de las transacciones económicas existen diferencias en la cantidad y la calidad de información de que disponen las partes involucradas, tal que los precios no transmiten toda la información significativa. Por consiguiente, la presencia de información asimétrica debe ser entendida como un mal funcionamiento del mercado “perfecto”.

## 2.3 Los Pioneros

### 2.3.1 George Akerlof

George Akerlof fue el primero que analizó las implicaciones de la información asimétrica sobre la calidad de los productos. En un famoso artículo, ya del año 1970, resolvió la paradoja de la asimetría informativa analizando el mercado de los productos defectuosos (*lemons* con su nombre en inglés). El vendedor de un automóvil de segunda mano sabe, mucho mejor que cualquier comprador acerca del estado real del vehículo. El comprador no descubrirá la calidad hasta que realmente adquiere el producto y comience a utilizarlo.

Lo interesante de esa relación radica en el hecho que no se trata solamente de un fenómeno en el cual un comprador asume cierto riesgo al comprar un producto que para él es desconocido - en consecuencia de una información asimétrica - sino que el mismo fenómeno conduce en el caso extremo en el mercado a una sobreoferta de productos de mala calidad a un precio sobrevaluado y a la venta de pocos productos de calidad, pero a un precio inferior de su valor real.

Lógicamente, en el mercado de bienes usados de cualquier tipo hay productos de buena y de mala calidad con la consecuencia que los precios en el mercado se ubican en nivel de un producto de calidad intermedia. Pero al mismo tiempo es precisamente el fenómeno de la información asimétrica que genera una situación en la cual en realidad la mayoría, por ejemplo, de los vehículos en oferta son de menor calidad pero se venden a un precio intermedio. En la medida en que los compradores se enteran que han adquirido productos realmente de baja calidad, se convencerán que la oferta en general es mala. Punto final de esta cadena sería que la potencial venta de un auto de buena calidad solo podrá realizarse a un precio muy inferior a su valor real. Aunque puede haber compradores dispuestos a pagar un precio razonable o real que pidan vendedores de productos de calidad, la transacción no se lleva a cabo por la existencia de información asimétrica.

Por lo tanto se trata de un proceso de selección adversa. Esta selección adversa se origina siempre que se venden productos de diferente calidad a un único precio, porque los compradores o vendedores no están lo bastante informados como para establecer la verdadera calidad de la mercancía en el momento del intercambio.

### 2.3.2 Michael Spence

Michael Spence vio, en 1974, como en algunos mercados, precisamente para evitar los problemas de la información asimétrica, los compradores y vendedores ofrecían señales sobre la calidad del producto o servicio que

querían intercambiar. Por ejemplo, en los mercados de bienes de consumo duraderos, las empresas que fabrican el producto de mejor calidad ofrecen una garantía generosa con el objetivo de indicar a los consumidores que se trata de un buen producto para que los consumidores estén dispuestos a pagar un precio más elevado. Para que funcione una señal de mercado, su provisión tiene que ser mucho más costosa para los productores de baja calidad. Efectivamente, éste es el caso de las garantías, porque una amplia garantía es mucho más cara para el fabricante de un artículo de baja calidad, que tiene una probabilidad más elevada de que surja la necesidad de reparación en el período de garantía.

Además, las señales que transmiten información acerca de la calidad de un bien o de un servicio tienen otro efecto característico: obligan a todos los competidores a revelar información, aunque ésta les sea poco favorable. Por último, las publicaciones de Michael Spence ya apuntaban hacia el hecho de que la información asimétrica no sólo está presente en los mercados de bienes y servicios, sino también en el mercado de trabajo. Es evidente que un candidato sabe mucho mejor su calificación, profesionalidad y capacidad de dedicación al trabajo que el empresario que considera su contratación.

Spence nos indica que, en el caso del mercado de trabajo, la señalización es muy frecuente. A las empresas les resulta muy cara la rotación de personal, en términos de coste del despido, recursos y tiempo invertidos en la selección y dinero destinado a formación. Por tanto, el proceso de selección es crítico para las empresas, que invierten tiempo y dinero en identificar a los candidatos que pueden ser más productivos.

La política salarial es otra manifestación de la información asimétrica en el mercado de trabajo. En la mayor parte de las empresas, los empresarios no saben (o les cuesta mucho saber) cuál es la productividad de cada trabajador, pero la experiencia les lleva a pensar que, cuando aumentan los salarios, consiguen una mejora de la productividad.

La asimetría de información, que permite que los trabajadores puedan perseguir sus objetivos propios en lugar de los objetivos de los propietarios de la empresa, es un caso de lo que se ha venido denominando *relaciones de agencia*. En este tipo de relación, el bienestar de un agente económico (el principal) depende de las acciones de otra persona a la cual el principal encarga la puesta en práctica de sus objetivos (el agente). La disparidad de objetivos y de información que tienen los accionistas y directivos sobre su empresa es otro caso de estudio preferente en las relaciones principal-agente, lo que conlleva la aparición de incentivos (como las primas o la participación en beneficios) que posibiliten la consecución de los objetivos marcados por el propietario.

### 2.3.3 Joseph Stiglitz

Por su parte, Joseph Stiglitz, en 1975, extendió al mercado del crédito el análisis de las asimetrías de información. De la misma manera que en el anterior ejemplo del obrero y del patrón, en el mercado de los créditos la persona que se endeuda sabe mucho mejor que la entidad financiera si está dispuesto y en condiciones de repagar el dinero prestado.

El propio, Stiglitz, ofrece el siguiente resumen de lo que él entiende como economía de la información al señalar que: *“La ruptura con el pasado más importante en el campo de la Economía se encuentra quizás en la economía de la información. Ahora se reconoce que la información es imperfecta, que obtener información puede ser costoso, que hay importantes asimetrías en la información y que el tamaño de esas asimetrías de la información puede ser afectado por las acciones de las empresas y de los individuos. Este reconocimiento afecta profundamente la comprensión de la sabiduría heredada del pasado, como era los teoremas fundamentales del bienestar o la caracterización básica de una economía de mercado, y proporciona explicaciones de fenómenos económicos y sociales que serían difíciles de mantener de otra manera.”* (Price Lecture, 470).

Tal vez Stiglitz no fue el primero en darse cuenta, pero fue el primero quién se animó a manifestar desde las alturas académicas que los modelos económicos basados en la idea de mercados perfectos están muy lejos de la realidad. Si bien pueden ser aceptados de alguna u otra manera para países de Norteamérica o de Europa occidental, son totalmente inadecuados para países en desarrollo (Price Lecture, 472). Según Stiglitz, la realidad de estos países está caracterizada por la imperfección de la información, la ausencia de mercados y la frecuencia y persistencia de instituciones disfuncionales (Price Lecture, 473).

## 2.4 La Economía Política de la Información

Vimos como las ideas iniciales de la rama de la economía de la información nacieron en campos relacionados a intercambios comerciales o en el mercado laboral, pero siempre a nivel micro. Es el mérito de Stiglitz, de haber entendido que los fenómenos observados tienen también fuerte implicancia a nivel macro y con ello para el desarrollo económico. Estas ideas amplían el campo ya descrito y agrega la idea de la Economía Política de la Información.

Stiglitz entiende como Economía Política de la Información al rol que juega la información en la toma de decisiones colectivas. La información afecta a la toma de decisiones en todas las áreas, no solamente al interior de empresas, hogares o familias y además en procesos públicos de toma de decisiones colectivas.

Según Stiglitz, en los modelos neoclásicos de la economía, determinados por el paradigma de los equilibrios competitivos en los mercados, la información no es otra cosa que un costo de transacción (Price Lecture, 476). Al darse cuenta de la insuficiencia de este enfoque fue formulado el paradigma de la información. Este modelo considera información, en el sentido de su uso eficiente dentro de economías de mercado, pero considera una sola de sus características, la escasez, con la salvedad que aún la adquisición de información imperfecta representa un costo. En procesos de la Economía Política de la Información muchos individuos no asumen ese costo porque creen que su decisión no tendrá peso sobre las decisiones colectivas.

Pero para Stiglitz, la razón más fundamental por la cual mercados con información imperfecta difieren de hipotéticos mercados con información perfecta radica en que el propio hecho de realizar acciones e inclusive de tomar decisiones son actividades que contienen información. Los participantes en el mercado saben que eso es así y esa conciencia a su vez afecta a su comportamiento (Price Lecture, 485).

## 2.5 Fuentes de Asimetrías de Información

Para Stiglitz la asimetría de la información es algo natural e inevitable y radica en el simple hecho que personas diferentes saben diferentes cosas. El trabajador sabe más sobre sus capacidades de trabajo que la empresa, el que toma un seguro de salud sabe más sobre el riesgo del que se enferma (porque bebe o fuma), que la empresa que lo asegura y el que vende un auto usado sabe más que el que lo compra. Pero asimetría es más que eso, es más profundo. Algunas asimetrías nacen del propio proceso económico. Por ejemplo empresas saben más de procesos económicos que sus trabajadores.

Pero aún si esto fuese así, las personas no están condenadas a permanecer en situaciones desventajosas por falta de información. Hay incentivos y mecanismos para adquirir información y el más potente de ellos es la educación, que por si mismo es un proceso de la adquisición de información y su traducción en conocimiento. Estos elementos muchas veces son complementarios a los mercados, que no siempre proveen incentivos para adquirir información o generar equilibrio (Price Lecture, 490).

Adquirir información o no hacerlo, puede tener externalidades interesantes. Información imperfecta puede ser beneficiosa para los mercados. Solo basta imaginarse un caso en el cual el aparecer de cierta información destruya a este mercado, como ocurre a menudo en las bolsas de valores.

## 2.6 Crecimiento y Desarrollo

Fallas de mercados – y eso es lo que suelen hacer normalmente los mercados, ante la imposibilidad de tener mercados perfectos - son un

importante obstáculo para el crecimiento y desarrollo. Estas fallas muchas veces están relacionadas con información imperfecta. Para que aún en estas condiciones sea posible lograr crecimiento y desarrollo hacen falta políticas que reduzcan el impacto negativo de estas fallas (Price Lecture; 514). Políticas de información y la labor del periodista pueden ser importantes herramientas para confrontar este desafío. El problema para saber cómo enfrentar este desafío radica en el hecho que, según Stiglitz, hay una sola manera de mercados perfectos pero un sin número de formas de imperfección.

### **3. La Economía de la Información, las TICs y la Sociedad de la Información**

#### **3.1 La Economía de la Información y las TICs**

En la Economía de la Información el eje fundamental es la Información; sin embargo, es la tecnología la característica tecnológica de dicha Información, pues es la que permite acceder, copiar, almacenar, procesar, difundir y recibir información (Shapiro y Varian, 2000). “El ritmo frenético al que van cambiando nuestros hábitos, y la actual fascinación por la economía de la información responde a los avances en la tecnología y en la infraestructura de la información, y no porque se haya producido ningún cambio fundamental en la naturaleza de la información o incluso en su magnitud. El valor de la Web viene determinado por su capacidad de proporcionar acceso inmediato a la información”<sup>1</sup>, explican estos autores.

Es así que, el desarrollo de la tecnología de la información y los sistemas de comunicaciones, conocidas como TICs, juega un rol importante en el proceso de los flujos informativos que disminuyen o acrecientan los problemas de las asimetrías de la información.

Ahora bien, ¿qué significado tiene el concepto de las Tecnologías de la Información y Comunicación? La CEPAL<sup>2</sup> responde: “son sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores”. En ese sentido, explica que estos sistemas están compuestos de tres elementos fundamentales, a citar: Informática, Información y Comunicación

Las TICs o red de redes, como también se las conoce, son en definitiva, producto de la convergencia donde se han fusionado las tecnologías de la información y divulgación y las tecnologías de la comunicación y las soluciones informáticas. Es así que el concepto va más allá de aspectos meramente tecnológicos e informáticos sino abarca cuestiones relativas a información y comunicación.

---

<sup>1</sup> Shapiro, Carl y Varian, Hal. “El dominio de la Información”. Pág. 8

<sup>2</sup> CEPAL. Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe. 2003, Pág.3.

El desarrollo de las TICs ha generado el desarrollo de un proceso de digitalización de las organizaciones. Este proceso de digitalización es fundamental porque representa el cordón umbilical que vincula a las TICs con la denominada Sociedad de la Información.

### **3.2 La Sociedad de la Información**

Cuando se habla de la Sociedad de la Información se está pensando en un “sistema económico y social donde el conocimiento y la información constituyen fuentes fundamentales de bienestar y progreso, y representan una oportunidad para que los países puedan profundizar principios fundamentales como los derechos humanos, la democracia, protección del medio ambiente, la paz, el derecho al desarrollo, el progreso económico, la equidad social y las libertades fundamentales.

La CEPAL explica en ese sentido, que el concepto de sociedad de la información hace referencia a un paradigma que está produciendo profundos cambios en la sociedad global, impulsados principalmente por los nuevos medios disponibles para crear y divulgar información mediante tecnologías digitales.

La mayoría de los gobiernos creen en efecto, posible la construcción de una sociedad de la información que permita el desarrollo económico y social, el combate a la pobreza y la exclusión social y la discriminación, a través de un adecuado uso de las tecnologías de la Información y la Comunicación, principalmente mediante la expansión de la red (internet) como sistema de intercambio de información y de comunicación.

Por ejemplo, el Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas<sup>3</sup> demuestra firmes convicciones de que las TICs ofrecen "oportunidades únicas para el crecimiento económico y el desarrollo humano. Pueden configurar y potenciar una gran variedad de aplicaciones para el desarrollo, desde el comercio electrónico al acceso a los mercados financieros; desde la creación de empleo a las oportunidades de inversión para los empresarios, en particular las empresas pequeñas y medianas; desde el aumento de la productividad agrícola e industrial a la potenciación de otros sectores de la sociedad; desde la educación a distancia a la telemedicina; y desde la ordenación y la vigilancia del medio ambiente a la prevención y gestión de desastres”.

Así también, los países de la Unión Europea a través de la iniciativa E-Europe 2002<sup>4</sup>, creen que “el paso a la sociedad de la información y a la economía del conocimiento es fundamental para que Europa obtenga todos los beneficios de las tecnologías digitales y de Internet en términos de crecimiento

---

<sup>3</sup> Informe del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas. 2000. Pág.25 y 26

<sup>4</sup> Plan de Acción E-Europe 2002.

sostenible, aumento de la productividad y la competitividad, creación de nuevos puestos de trabajo y progreso económico y social. En ello reside la clave para reforzar el protagonismo de la Unión Europea en el mundo”.

Pero no todos comparten la visión de los optimistas de la Sociedad de la Información. Muchos creen que antes que un paradigma, se trata de un proyecto unidireccional que potenciará la dominación cultural, económica y política de minorías ricas sobre mayorías empobrecidas de América Latina, el Caribe y África.

La enorme desigualdad económica y social que caracteriza a la sociedad del siglo XXI así como la escasa pluralidad cultural de los contenidos digitalizados en la red, son los factores principales que darían lugar al nacimiento de dicho proyecto unidireccional.

### **3.2.1 El proceso de la digitalización: el motor de arranque**

La Sociedad de la Información tiene como motor de arranque el desarrollo del proceso de digitalización que resulta a su vez del avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. A través de este proceso de digitalización es posible codificar en dígitos binarios los flujos de información, las comunicaciones y los mecanismos de coordinación, ya sea en forma de textos, sonidos, voz, imágenes y otros medios<sup>5</sup>.

La CEPAL explica que este proceso de digitalización se construye sobre un soporte de tres patas principales y complementarias entre sí:

- Los sectores horizontales, donde se desarrollan *i)* la infraestructura física y las redes (redes de fibra óptica, telecomunicaciones, televisores, teléfonos celulares digitales y todo tipo de hardware) y *ii)* los servicios genéricos que permiten el uso de la infraestructura física para generar valor agregado (aplicaciones de software, sistemas de almacenamiento, navegadores, bytes, etc);
- Los sectores verticales, donde nacen los sectores en los cuales se desarrolla el proceso de digitalización de los sectores horizontales. Aquí surgen las e-empresas, e-comercio, e-salud, e-gobierno, e-educación, etc,
- Los campos diagonales o transversales, que atraviesan varios componentes de los sectores horizontales y verticales, como *i)* los marcos regulatorios, que consolidan el ámbito de las nuevas formas de organización; *ii)* los mecanismos de financiamiento, que sustentan el funcionamiento de las TICs; y *iii)* El capital humano, que constituye la fuerza motriz de la tecnología.

---

<sup>5</sup> Los caminos hacia una sociedad de la Información en América Latina y el Caribe. CEPAL.  
Pág. 5

A fin de aclarar el funcionamiento de este proceso, la CEPAL ofrece algunos ejemplos: “la capacitación de personal humano (por ejemplo, programadores de software) en el estrato de servicios genéricos puede tener como objetivo la introducción de aplicaciones de software en pequeñas y medianas empresas (intersección del capital humano con el estrato de los servicios genéricos en el sector de negocios-e)”<sup>6</sup>.

Se supone que el desarrollo del proceso de digitalización debe permitir a los países implementar en la web principalmente, acciones e iniciativas que posibiliten alcanzar los objetivos rectores de la Sociedad de la Información: lograr mayor desarrollo económico y social de la comunidad mundial.

### **3.3 Las TICs y la oportunidad para el desarrollo**

A nivel de gobiernos y organismos internacionales existe un consenso generalizado acerca de los enormes beneficios que la red de redes o TICs ofrecen a favor del desarrollo económico y social de los países.

De hecho, nadie duda del impacto de las TICs en la organización de las empresas, el ámbito del trabajo y las relaciones sociales. Por ejemplo, los usuarios de internet hoy tienen chances increíbles de acceder a información que hasta hace unos años eran del privilegio de unos pocos consumidores (enciclopedias, textos académicos, indicadores bursátiles, grabaciones musicales). Pero al mismo tiempo, esta accesibilidad está generando graves problemas en algunos sectores empresariales, que invierten muchísimo dinero en producir un producto, pero éste termina reproduciéndose digitalmente a niveles mucho más baratos e inclusive gratis, que terminan afectando las estrategias empresariales de precios.

“La información es cara de producir, pero barata de reproducir”<sup>7</sup>, dicen Shapiro y Varian (2000), al mencionar algunas de las características principales de la estructura de los costes de los bienes de información. Además de estas peculiaridades, la reproducción fácil y barata está causando polémicas acerca de los derechos de propiedad intelectual, que por el momento no encuentran un viso de solución.

Pero más allá de este tipo impactos, muchos creen que un buen aprovechamiento de las TICs puede ayudar tanto a mejorar las transacciones económicas como contribuir a solucionar problemas sociales de exclusión, pobreza, salud, educación, empleo, así como fortalecer derechos básicos como la libertad de expresión, de acceso a la información, de divulgación y de comunicación.

---

<sup>6</sup> Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe. CEPAL. 2003. Pág. 5.

<sup>7</sup> El dominio de la información. Shapiro y Varian. 1999. Pág. 22

Estas transformaciones positivas pueden ser posibles a través del surgimiento de los denominados e-sectores (e-comercio, e-gobierno, e-salud, e-educación, e-democracia, etc.) que utilizan internet para crear una ventana digital de información y comunicación con la sociedad.

“La red hace posible un anhelo democrático ya inscripto en los orígenes de la modernidad: abrir el espacio comunicativo de la política a una mayor cantidad de actores para que sean escuchados y puedan ejercer su representatividad. La sociedad de la información descentraliza la ciudadanía y proporciona canales inmediatos de comunicación, sin fronteras y con la capacidad de multiplicar exponencialmente los interlocutores en el diálogo público”, afirma al respecto la CEPAL.<sup>8</sup> Y cita como ejemplo, la experiencia mexicana del Plan Nacional de Desarrollo (PND), a través la cual el gobierno estableció un sistema de consulta ciudadana mediante encuestas por correo y por internet para recabar opiniones, inquietudes y propuestas de la sociedad sobre el perfil del PND. El resultado fue la recopilación de casi 200 mil propuestas ciudadanas que fueron consideradas en la formulación del PND.

Sin embargo, algunos críticos califican de engañosos el sentido y funciones de estos e-sectores, como en el caso de la e-democracia, que atribuye al poder de las redes informáticas la renovación de la política y las viejas formas de la representación ciudadana por la “expresión viva de los ciudadanos”, a través del voto y emisión de opiniones por internet, según destaca el profesor investigador mexicano, Guilebaldo López.

“Estamos ante la más tramposa de las idealizaciones ya que en su celebración de la inmediatez y la transparencia de las redes cibernéticas lo que se está minando son los fundamentos mismos de lo público, esto es los procesos de deliberación y de crítica, al mismo tiempo que se crea la ilusión de un proceso sin interpretación ni jerarquía, se fortalece la creencia en que el individuo puede comunicarse prescindiendo de toda mediación social, y se acrecienta la desconfianza hacia cualquier figura de delegación y representación”, dice López al respecto.<sup>9</sup>

Los críticos de la visión optimista de la Sociedad de la Información basan sus cuestionamientos en la frágil estructura económica y social mundial vigente, caracterizada por una enorme brecha económica y social que separa a pocos países ricos de cientos de países pobres.

---

<sup>8</sup> CEPAL. Los caminos hacia una sociedad de la Información en América Latina y el Caribe. 2003. Pág. 42

<sup>9</sup> La Utopía de la Comunicación, entre las Fronteras de la Sociedad de la Información y la Comunidad de Comunicación. Guilebaldo López. Octubre 2003.

#### 4. La brecha digital una nueva forma de exclusión social

Según la CEPAL, al año 2002 casi el 80% de los usuarios de internet residían en los países de la Organización de Cooperación de Desarrollo Económico, en tanto que apenas un 8% de la población de América Latina y el Caribe tenían acceso a internet, y un 0,3% conexiones de banda ancha a internet (ADSL, especialmente).

En lo que respecta a los países de la Unión Europea, el 40% de los hogares tenían acceso a internet a mediados de 2002, lo que equivaldría a un total de 150 millones de usuarios en Europa, similar al número de internautas de los Estados Unidos (Informe sobre la evaluación comparativa eEurope). Esto significa que de los 404 millones de usuarios de la red en el mundo, más del 72% provienen de Europa y Estados Unidos.

No es entonces casualidad, que además de la brecha económica y social que divide a los países ricos de los países en desarrollo y pobres, ahora surja una nueva brecha tan dramática como las otras: la digital.

La CEPAL ha definido el concepto de la brecha digital como la “línea divisoria entre el grupo de población que ya tiene la posibilidad de beneficiarse de las TIC y el grupo que aún es incapaz de hacerlo. En otras palabras, es una línea que separa a las personas que ya se comunican y coordinan actividades mediante redes digitales de quienes aún no han alcanzado este estado de avanzado desarrollo”<sup>10</sup>.

Dada esas características, esta brecha digital es considerada una nueva forma de exclusión social y discriminación, que inclusive puede ampliarse aún más si no se adoptan políticas adecuadas a resolver no necesariamente problemas de acceso a la red o sistemas tecnológicos de información y comunicación, sino muchos otros que tienen que ver con la falta de pluralidad del contenido de la red y la persistencia de graves inequidades sociales, como analfabetismo, desempleo, pobreza, desnutrición, etc.

Es por ello que para algunos la red (internet) es considerada como el nuevo “apartheid electrónico”,<sup>11</sup> que dejará fuera del juego no únicamente a los que no puedan acceder y utilizar las TICs sino inclusive, a los que no compartan el contenido de sus mensajes. “El idioma “oficial” del Internet se ha convertido en el nuevo color de piel de la supremacía cultural, dominación cultural en su máxima expresión. ¿Es justo que todo el resto del mundo deba aprender inglés para formar parte de la “democracia electrónica?”, cuestiona Gumucio Dragon.

Este comunicador si bien aclara que el idioma (inglés) es solo un aspecto del problema, lo más preocupante es que internet es promovido como

---

<sup>10</sup> Los caminos hacia la sociedad de la información en América Latina y el Caribe. CEPAL. 2003. Pág. 7

<sup>11</sup> El apartheid electrónico. 2003. Alfonso Gumucio Dragon. WEB : La Iniciativa de la Comunicación.

herramienta del desarrollo, pero a una escala poco significativa en los países en desarrollo.

Critica también las condiciones en “exceso desiguales” en que se ha dado el intercambio cultural de la era electrónica, donde las normas de juego son unidireccionales y en detrimento de las culturas más debilitadas y divididas. “Para ser honestos, es mejor que no hablemos aún de que Internet “construye la democracia” o “expande las fronteras del conocimiento” hasta que esa expansión no tenga lugar, no sólo en términos de tecnología, sino en términos de contenidos pertinentes y de una representación balanceada de las culturas”, destaca el autor.

En similar sentido, el investigador Aníbal Ford (2003) enfatiza en que la brecha digital tiene vinculaciones críticas y fuertemente unidireccionales con el sistema mundial. “Estas conexiones son fuertemente unidireccionales como analizamos cuando en Okinawa el G8 y el DOT Force de Davos propusieron informatizar al mundo como estrategia para salir de subdesarrollo, la pobreza y la exclusión. Un claro ejemplo de cómo se intenta imponer una vez más una concepción del desarrollo y de cómo la “sociedad de la información” no es sólo una denominación sino un proyecto. Y recuerdo aquí como contexto crítico que un 30% no tiene energía eléctrica y otro tanto no está alfabetizado”.<sup>12</sup>

Así resulta evidente que se torna mucho más complejo el debate sobre cuáles deben ser las políticas y acciones adecuadas para evitar un mayor ensanchamiento de la brecha digital, tanto en lo que se refiere al acceso a las TICs como al contenido de los mensajes que éstas difunden y el tipo de comunicativo que se genera a su alrededor.

## **5. La Sociedad de la Información y el Periodismo**

El desarrollo frenético de las tecnologías de la Información y la Comunicación es una realidad tanto como los problemas de asimetrías de información y la dramática brecha social, económica y digital que separa al mundo de un grupo de ciudadanos ricos de millones de ciudadanos pobres, éstos últimos golpeados por la pobreza, la exclusión social, la discriminación y la denigración de su autoestima y dignidad humana.

Este panorama harto complejo supone para el ejercicio del periodismo, y particularmente del periodismo económico, enormes e importantes desafíos, algunos de los cuales que tienen que ver con:

- Problemas de Información asimétrica en las fuentes de información (personas, instituciones, mercados, sectores, etc).

---

<sup>12</sup> El Malestar de la Brecha Digital. Aníbal Ford. Octubre 2003.

- Problemas de Información asimétrica en el proceso de selección de las informaciones periodísticas.
- Asimilación de las tecnologías de información y comunicación en la labor periodística
- Riesgo de aumento de la brecha digital e informativa.

Los problemas de información asimétrica en las fuentes de información periodística son un hecho desde el momento en que los agentes saben – aún inconscientemente – de la presencia de asimetrías de información y aún así, también están conscientes que sus decisiones y comportamiento están de alguna manera influenciados por la información asimétrica.

Si observamos lo que ocurre en la información económica, encontramos, por ejemplo, que en el negocio bancario las entidades financieras poseen generalmente más información de sus clientes que éstos de ellas. En efecto, los bancos recogen gruesa información profesional y personal de manera directa (extensos formularios de llenado obligatorio) e indirecta (centrales de riesgos y otros) a un costo financiado por el mismo cliente. Sin embargo, el cliente apenas conoce el nombre de la institución y del oficial de cuentas que le atiende. El resto de la información estratégica – estados contables, morosidad, accionistas, calificación, demandas- , casi nunca está disponible y su accesibilidad es, en la mayoría de las veces, complicada por cuestiones burocráticas.

La labor periodística en el sector bancario es extremadamente delicada y sensible dada la naturaleza de los negocios financieros, que de un segundo a otro, pueden variar dramáticamente por desconfianza de los agentes del mercado a causa de “simples” rumores periodísticos. Sin embargo, esta situación no debe ser argumento suficiente para que el periodismo contribuya a eliminar los problemas de información asimétrica, sobretodo si se trata de información sobre la cual se toman decisiones fundamentales, como contraer un crédito bancario o depositar en los bancos los ahorros. La diversificación de las fuentes de información y la responsabilidad y la ética periodística, pueden contribuir a desarrollar un periodismo profesional que además, fortalezca el respeto a derechos fundamentales como el de acceso a información.

Los problemas de información asimétrica en la selección de la información periodística es también el pan de cada día en la labor periodística. La misma práctica cotidiana de priorizar los informes periodísticos genera información asimétrica en la masa de lectores, televidentes u oyentes. La definición de qué temas son más importantes que otros está condicionada, en la mayoría de las veces, a la percepción y prioridades de los medios de comunicación y no tanto a las necesidades y prioridades de la ciudadanía. La avalancha informativa que fluye de los avances de las tecnologías de la información y comunicación hacen aún más complicado este proceso de selección. En ese contexto, la labor periodística requiere de un mayor esfuerzo

en el proceso de búsqueda de las informaciones esenciales que permita elaborar un producto informativo de carácter pluralista. Este esfuerzo debe necesariamente realizarse aún cuando se tome conciencia de que nunca se podrá llegar a una información perfecta.

La asimilación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación implican un paso obligado en el ejercicio del periodismo aún cuando no se esté de acuerdo con el esquema de su aplicación. La avalancha informativa que fluye de las TICs es una realidad y un problema también, tal y como lo mencionan Shapiro y Varian (2000) cuando destacan que la sobrecarga informativa está generando un problema de “economía de la atención”. “El verdadero valor de un proveedor de información proviene de su labor para localizar, filtrar y comunicar información útil al consumidor”<sup>13</sup>, afirman.

La cantidad de basura informativa que fluye a través de internet es inmensa. Pero resultaría imposible hacer frente a esta dificultad si el periodismo no es capaz siquiera de conocer y manipular las tecnologías de información. No se trata de ajustarse a las nuevas reglas de juego, sino de conocerlas y adquirir capacidad de reacción, que en definitiva permitan encarar un proceso de “depuración” informativa, en el cual no se pierda de vista la necesaria pluralidad de fuentes informativas y la calidad de los contenidos de los mensajes.

El aumento de la brecha digital e informativa es un riesgo permanente, pues el uso de las tecnologías de la información y la comunicación puede reducir las asimetrías de la información o acrecentarlas, y generar nuevas formas de exclusión social de millones de latinoamericanos, caribeños y africanos. Stiglitz decía que, pese a las fallas que provocan información asimétrica es posible generar condiciones para el desarrollo y el crecimiento. Pero para que ello ocurra es necesaria la formulación de políticas de información que ayuden a neutralizar el impacto negativo de esas fallas. La labor periodística puede también constituir una herramienta eficaz para confrontar semejante desafío. Por un lado, el periodismo digital asume un espacio protagónico. Más allá de lo que se pueda hacer en los portales digitales de medios de comunicación convencionales, iniciativas de asociaciones de periodistas y comunicadores y de periodistas independientes pueden contribuir a reducir la brecha informativa existente entre los usuarios de internet. Esta contribución puede traducirse en la difusión de informaciones “socialmente” necesarias y acordes a las realidades culturales de amplias mayorías, que permitan “democratizar” la información contenida en la red. Sin embargo, este no debe ser el único esfuerzo. Se requieren de otras medidas que permitan garantizar el respeto al derecho de la comunicación en el espacio de las nuevas tecnologías de la información. “El libre e igualitario acceso, uso y

---

<sup>13</sup> El dominio de la Información. Shapiro y Varian. 1999. Pág. 6.

apropiación, es decir participación de los insumos, tecnologías, servicios y productos. En su creación y uso. El tema de una justa regulación de la propiedad intelectual para todas las partes involucradas y no solo los grandes cuasimonopolios del conocimiento, es clave para la democratización (especialmente en ciertas áreas como el software)", propone al respecto, Navas Alvear<sup>14</sup>. Aclara que un mayor acceso está vinculado al uso y apropiación de las tecnologías que puedan ser distribuidas libre y equitativamente y no restringidas como ocurre en la actualidad.

El ejercicio del periodismo se enfrenta así ante increíbles desafíos. Las nuevas tecnologías de la información, la información asimétrica y la brecha digital son cuestiones tan sensibles que requieren más allá de una simple reflexión. La labor periodística, cada vez más agobiada por la presión de la inmediatez y la brevedad de los reportes informativos, debe esforzarse porque este frenético avance tecnológico no se convierta en un elemento más de presión sobre el ejercicio del periodismo y termine por afectar la calidad de la información periodística. En definitiva, de lo que se trata es intentar que por encima de los progresos tecnológicos, el periodismo no pierda su norte principal: buscar, acceder, procesar, seleccionar y difundir información pluralista y democrática, precisa y veraz, oportuna y pertinente con los acontecimientos económicos, políticos, sociales y culturales de la sociedad.

---

<sup>14</sup> Marco Navas Alvear. 2003. "Regular las comunicaciones en la transición hacia una Sociedad de la Información, tendencias y propuestas". WEB. en la Iniciativa de la Comunicación

## 6. Bibliografía

- AKERLOF, G. A. (1970). "The market for lemons. Quality Uncertainty and the Market Mechanism". En *Quarterly Journal of Economics*, 84 (agosto), p. 481-500.
- ARROW, J. K. (1972). "The Value of and Demand for Information". En MCGUIRE, C. y RADNER, R. (eds.). *Decision and Organisation*. North-Holland, London.
- CEPAL, 2003. "Los caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe". Conferencia Ministerial Regional Preparatoria de América Latina y el Caribe para la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. Naciones Unidas. Bavaro, República Dominicana.
- COMISION EUROPEA. 2002. Hacia la Europa basada en el Conocimiento. "La Unión Europea y la Sociedad de la Información". Dirección General de Prensa y Comunicación. [http://europa.eu.int/information\\_society/eeurope/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/information_society/eeurope/index_en.htm)
- DAVID, P. A. (1993). "Knowledge, Property and the System dynamics of Technological Change". *Proceedings of the World Bank Annual Conference on Development Economics*. Washington D.C.
- DTI (1998). *Our Competitive future: building the knowledge-driven Economy*. Secretary of State for Trade and Industry, London.
- FORAY, D. y LUNDEVALL, B. A. (1996). "The Knowledge-based Economy: from the economics of knowledge to the learning economy". *Employment and Growth in the Knowledge-based economy*. París: OCDE.
- FORD, Aníbal. 2003. "El Malestar de la Brecha Digital". Ponencias del Encuentro Cono Sur de Facultades de Comunicación, realizado en noviembre de 2002. Publicado en la Iniciativa de la Comunicación / [www.comminit.com/la/lact/sld-3679.html](http://www.comminit.com/la/lact/sld-3679.html)
- GUMUCIO DRAGON, Alfonso. 2003. "El Apartheid Electrónico". Publicado en la Iniciativa de la Comunicación. / [www.comminit.com/la/lact/sld-720.html](http://www.comminit.com/la/lact/sld-720.html)
- HATCHUEL, A. y WEIL, B. (1995). *Experts in Organizations: A knowledge-based perspectives on Organizational Change*. Berlin and New York: Walter D. Gruyter.
- LOPEZ, Guilebaldo. 2003 *La Utopía de la Comunicación, entre las Fronteras de la Sociedad de la Información y la Comunidad de Comunicación*. Publicado en la Iniciativa de la Comunicación. / [www.comminit.com/la/lact/sld-3241.html](http://www.comminit.com/la/lact/sld-3241.html)
- LUNDEVALL, B. A. y BORRÀS, S. (1997). *The Globalising learning economy: Implications of Innovation Policy, Report Based on Contributions from seven projects under TSER Programme, DG-XXI*. Brusells: Comission of the European Union.

- NACIONES UNIDAS. 2000. Informe Preliminar del Consejo Económico y Social correspondiente a 2000. Naciones Unidas. Quincuagésimo quinto período de sesiones. Pág. 25 y 26.
- NAVAS ALVEAR, Marco. 2003. "Regular las comunicaciones en la transición hacia una Sociedad de la Información, tendencias y propuestas". En la Iniciativa de la Comunicación./ [www.comminit.com/la/lact/sld-4104.html](http://www.comminit.com/la/lact/sld-4104.html)
- NONAKA, I. y Byosiere, P. (2000). "La creación de conocimiento regional: un proceso de desarrollo social". En Las Sociedades del Conocimiento, Bilbao: Cluster Conocimiento.
- POLANY, M. (1958; 1978). Personal Knowledge. London and New York: Routledge and Keegan Paul.
- SHAPIRO C. y VARIAN, H. R. (1999). El dominio de la información, Barcelona: Antoni Bosch.
- SPENCE, M. (1973). "Job market signalling". Quaterly Journal of Economics, 87, p. 355-374.
- SPENCE, M. (1974). Market Signalling. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- STIGLITZ, J. (1974). "Incentives and Risk Sharing in Sharecropping". Review of Economic Studies, 41, p. 219-255.
- STIGLITZ, J. (1975). "The Theory of "Screening" Education, and the Distribution of Income". American Economic Review, 65, p. 283-300.
- STIGLITZ, J. (2001). Price Lecture, <http://www.nobel.se/economics/laureates/2001/stiglitz-lecture.html>

## Los Autores



Antes de entrar en el área profesional de la consultoría independiente en Desarrollo Económico y en Comunicación, Thomas Otter ha trabajado durante casi 10 años como periodista económico en Alemania y en América Latina. Con su doble formación académica en Comunicación (Magíster) y en Economía (Maestría), busca profundizar el entendimiento de los procesos de Comunicación para el desarrollo económico. En el área de la comunicación ha trabajado temas como Marketing Político y Economía de la Información y en el área económico trabaja principalmente aspectos de Desarrollo Económico y Reducción de Pobreza y Desigualdad. Ha publicado un libro, es coautor de tres libros y cuenta con una docena de publicaciones en revistas especializadas en América Latina y en Europa. Trabaja para organismos internacionales tales como PNUD, Banco Mundial, BID, GTZ y JICA.



Mónica Cortez, consultora y periodista independiente con más de 10 años de experiencia en periodismo económico. En su labor independiente, con su formación académica en Comunicación (licenciatura) y en Población y Desarrollo (postgrado) busca combinar la experiencia práctica en el ejercicio de la profesión periodística y los conceptos de la comunicación social, con los desafíos que presenta el desarrollo social y económico al área del manejo de la información y a la comunicación. Como consultora ha trabajado en áreas tales como Comunicación para el Desarrollo; Descentralización y Análisis Crítico de Programas de Gobierno. Es docente de cursos para periodistas, cuyo contenido busca presentar temas actuales acerca del rápido cambio que vive el área de la comunicación en estos tiempos. Es socio fundadora del Capítulo Paraguayo de la Asociación Interamericana de Periodistas de Economía y Finanzas (AIPEF).

## PROGRAMA MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA EN AMÉRICA LATINA

### FUNDACIÓN KONRAD ADENAUER

El Programa "Medios de Comunicación y Democracia en América Latina" de la Fundación Konrad Adenauer se instala nuevamente en Lima en junio de 2002, luego de permanecer por varios años en Buenos Aires, Argentina. El Programa se remonta desde la década de los ochenta. Su cobertura abarca desde México hasta la Tierra del Fuego en el sur del continente, teniendo como objetivo el fortalecimiento de las estructuras democráticas de las regiones. Desde el punto de vista de la Fundación, los Medios de Comunicación en América Latina juegan un papel de vital importancia y de gran influencia en los procesos democráticos de los países.

El Programa ofrece asesorías, seminarios, conferencias y talleres. Asimismo, los estudios, análisis, artículos y resultados de trabajos de investigación realizados son publicados como libros, CD-ROM, en revistas y en la internet.

El trabajo del Programa se divide en cuatro temas fundamentales:

- **La Comunicación Política:** En ella, el programa se preocupa por una buena relación entre los medios y los partidos políticos, el Congreso y otras instituciones democráticas. Por ello, el Programa tiene como meta sensibilizar a los políticos, a los medios de comunicación y a la sociedad para hacer valer el significado de la comunicación política en una democracia moderna. De la misma forma, el Programa pretende que exista una libre comunicación entre gobernantes y gobernados; que las decisiones que se tomen sean abiertas y transparentes, al igual que las bases que llevaron a la toma de ellas.
- **La Formación y Especialización de Periodistas:** Los temas son diversos, desde periodismo en zonas de conflicto, ética periodística, periodismo social (es decir, relaciones públicas para las ONG's), periodismo y justicia, periodismo y mejor cubrimiento de campañas electorales, hasta la realización de cursos especializados como periodismo & medio ambiente. Asimismo para la promoción de la formación de periodistas, el Programa tiene como contraparte a la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social FELAFACS.
- **El Derecho de los Medios de Comunicación:** Los temas que abarca comprenden desde la libertad de prensa y el derecho al acceso a la información hasta el derecho de licencia. Asimismo, apoya el asesoramiento en la comunicación interna y externa de los medios, lo cual abarca desde el manejo de la utilización de encuestas durante las campañas electorales hasta el trabajo en relaciones públicas.
- **Los Nuevos Medios de Comunicación Electrónicos:** Este campo también ha ganado gran importancia para la comunicación política en América Latina. Aquí se observa y analiza su desarrollo y se trata de fijar tendencias y apoyar iniciativas interesantes como, por ejemplo, el Congreso Internacional anual de Periodismo Digital.

Contactos:

Paul Linnarz (Director)

Martina Hahn (Subdirectora)

[medios@kas.org.pe](mailto:medios@kas.org.pe)

Calle Arica 794 Miraflores – Lima 18 – Perú  
Telf: (0051-1) 2415387 – 2415388 / Fax: (0051-1) 4459374