

Los autores afirman, en el tercer capítulo, que la mejor muestra de estos cruces entre relato y formato, entre las lógicas de globalización y las dinámicas culturales es sin dudas la telenovela, una narrativa audiovisual que representa a lo largo de toda su trayectoria el más grande éxito dentro y fuera de América Latina.

Es en este género televisivo donde las mayorías latinoamericanas encuentran un espacio para contar sus historias y recrear en él su propia imagen que las diferencia de lo general y lo mundializado. Aquí es donde radica lo

Aníbal Ford

## *La marca de la bestia*

Andrea Varela

En la actualidad, el creciente y constante avance científico y tecnológico, nos conduce a una sociedad caracterizada por nuevas e inéditas formas de control y vigilancia social.

Los grandes grupos empresariales, estatales o privados, trabajan incesante e incansablemente en la actividad de obtención de información acerca de la sociedad y los individuos. Al mismo tiempo estos últimos poseen cada vez mayor información sobre el mundo y su funcionamiento. Pero, ¿éstos fenómenos se dan en igualdad de condiciones? De ninguna manera resultan asimétricos. Mientras que la información acerca de la sociedad se realiza sofisticadamente y a través de minuciosas y complejas bases de datos tipificando y formalizando peligrosamente la información acerca del mundo; la información que se brin-

interesante de su recepción más ligada a la identidad y a la diferencia cultural que a la uniformidad de lo global.

En un mundo donde las imágenes fluyen persistentemente, los pueblos latinoamericanos encuentran en la telenovela el itinerario de su propio recorrido y esto no es un dato menor si pensamos en la propuesta que deambula por las páginas de este libro y que consiste justamente en establecer las transformaciones logradas por la mediación televisiva en la percepción cotidiana de los sujetos.



da a la ciudadanía no es en absoluto tan clara y ordenada.

La marca de la Bestia, apasionadamente nos introduce en la problemática de esta sociedad de la vigilancia, del control, donde existe una

continua invasión sobre el terreno de la vida privada. Actos de la cotidianidad individual, como una compra con tarjeta de crédito o transacciones bancarias, se transforman en información rica y valiosa acerca de la población, pasando a formar parte de archivos que nos hacen perfectamente ubicables, reconocibles y transparentes.

Aníbal Ford, un exponente en investigación en materia de comunicación, plantea un nuevo ordenamiento en el escenario del poder, que se configura a través de las "desigualdades infocomunicacionales, que acompañan a las diversas y crecientes brechas entre riqueza y pobreza que se producen en la sociedad contemporánea".

Así, a lo largo de las 322 páginas que componen este libro, el lector se irá encontrando con una investigación que pone de relieve los grandes cambios de la sociedad de fines de siglo. Una sociedad caracterizada por la aparición de Internet, por una informatización que no alcanza a la mayoría de la población (sólo el 2.7% de la población mundial tiene computadoras e Internet y gran parte de los habitantes de la Tierra no tiene acceso a las redes telefónicas, a los diarios e incluso a la alfabetización) estableciéndose de esta manera nuevas clases y desigualdades sociales.

En el primer capítulo "La narración de la agenda o las mediaciones de los problemas globales", Ford plantea un crecimiento de "junto a la globalización, diversas formas de agenda global, que se cruzan o interfieren en las agendas nacionales o regionales poniendo en pugna clasificaciones, jerarquizaciones, puntos de vista desde 'emisores' mediáticos, institucionales, académicos, etc.". Con una detallada información y documentación estadística analiza cómo la "globalización toca la estructura interna de las diversas formas comu-

nicacionales y culturales a través de las cuales la sociedad construye sentidos”.

El segundo capítulo “La sinergia de los discursos o la cultura del infoentretimiento” aterriza en uno de los fenómenos más característicos de esta época: la sociocultura del entretenimiento, donde se produce el avance de las empresas de entretenimiento en detrimento de las empresas de información. Nos introduce en la problemática del ciudadano reemplazado por el consumidor.

El tercer capítulo “Memorias abandonadas o las brechas infocomunicacionales”, presenta y analiza el crecimiento de la brecha no sólo entre riqueza y pobreza, sino de inforicos e infopobres, fenómeno mediante el cual importantes sectores de la población mundial resultan marginados de la comunicación e información. Concluye de esta manera en diferencias infocomunicacionales referidas a tres cuestiones: equipamiento tecnológico, marginación de memorias y culturas, y desigualdades en la “situación del receptor”, en cuanto al cumplimiento de los derechos a la información y comunicación.

El cuarto capítulo “Todos somos vigilados o la sociedad de las identidades formalizadas”, demuestra que nunca hasta ahora se había llegado a semejantes niveles de formalización y control social. Mediante el concepto de “datavigilancia”, el autor va recorriendo el avance de diversos sistemas informáticos de recolección, análisis y cruce de información sobre cada individuo. Así, documentos de identidad, registros médicos, Internet, e-mail, cámaras filmadoras en comercios, son algunas de las herramientas de control, vigilancia, identificación y extracción de datos sensibles de las personas.

Hacia el final del libro, el quinto capítulo reúne y agrupa una serie de trabajos que pre-

ceden a *La marca de la Bestia* y “subyacen en sus razonamientos, hipótesis y desarrollos”.

Aníbal Ford, actualmente está trabajando sobre el *Faro del Fin del Mundo* y *La Isla de Los Estados* -extremo sur de la Argentina- a donde ya viajó dos veces. En este libro trabaja no sólo sobre uno de los episodios más complejos de la modernidad en la Argentina - la instalación del faro, prefectura y el presidio de una isla prácticamente inhabitable-, sino también

Dominique Wolton

## *Internet ¿Y después?* *Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*

*Título del original francés: Internet, et apres?*  
*Flammarion, Paris, 1999*  
*Primera edición, marzo de 2000. Ed. Gedisa, Barcelona.*

Anaís Ballesteros

“Analizar los fenómenos de comunicación en sus dimensiones técnica, cultural y social y compararlas con una visión de conjunto de la sociedad constituye el núcleo de mi trabajo, ya que no hay teoría posible de la comunicación sin una representación de la sociedad...”

La instrumentalización de la comunicación, “la ideología técnica” como la denomina el autor, ha ido ganando terreno en los últimos años. Bajo esta ideología se identifica a la sociedad del mañana con las tecnologías dominantes; la revolución tecnológica de la actua-

sobre el quiebre de los proyectos de una Argentina marítima y los actuales reclamos turísticos y comerciales de nuestra historia.

Así, en esta investigación, Ford retoma la línea de trabajo de *Desde la Orilla a la Ciencia* (sobre la desertización del Oeste pampeano) que lo llevó a realizar la primera navegación del Chadileuvú, trabajos que por otro lado están muy vinculados con su producción literaria.



lidad, protagonizada por las últimas tecnologías, traería una revolución cultural.

“No hay nada más peligroso que ver en la presencia de tecnologías cada vez más productivas la condición del acercamiento entre los hombres”, sentencia Wolton.

Para el autor, en una sociedad en que la información y la comunicación están omni-