EL ENTRETENIMIENTO Y EL AUDIOVISUAL DEFINEN LOS CONSUMOS MASIVOS

Bernando Díaz Nosty

La «brecha digital» que se percibe en Internet forma parte de una «brecha de conocimiento» mucho más profunda. Con cierta frecuencia se suele exhibir la huella demográfica de quienes hablan una misma lengua en el mundo como un exponente de riqueza cultural. La lengua española es la sexta en Europa, por detrás del ruso, del alemán, del inglés, del francés y del italiano, pero la primera en el conjunto de Europa y América, por delante del inglés. Su proyección demográfica se debe, claro está, al fuerte aporte poblacional de las naciones latinoamericanas.

Si ciframos en la talla demográfica el alcance cultural de una lengua, sin duda que la española se halla en un momento espléndido, no sólo por el número de cuántos la hablan, sino por el creciente interés que su estudio despierta en muchas naciones. Pero ese modo de acercamiento al peso de una lengua no es, tal vez, el más realista, ni el que mejor revela su condición de vehículo de información y conocimiento.

Otra forma de aproximación la dan las distintas modalidades de transmisión cultural que emplean un mismo idioma. Los libros son un indicador, tanto por la cifra de los que se editan como por el índice de población que los lee en un determinado espacio lingüístico-cultural. Pero son, cada vez más, los medios de comunicación los nutrientes de la cultura generalista, los que sedimentan no sólo recursos para la formación de opinión, sino también para la creación de hábitos, formas y estilos de vida, valores cívicos, transmisión de ideas, etcétera.

Un modo de evaluar los sistemas de medios nacionales es el que se hace a partir de la riqueza y complementariedad de los componentes que integran la dieta mediático-cultural. Esto es, conocer en qué medida la prensa, la radio, la televisión e Internet describen los nutrientes cotidianos. Porque ya se sabe que un sistema en exceso volcado hacia la televisión, por ejemplo, es deficitario y distinto de otro donde los *input* están más diversificados y son complementarios entre sí. En definitiva, las expresiones y las prácticas mediáticas están estrechamente vinculadas a la fachada cultural de una lengua y a su capacidad de interlocución con otras culturas y espacios lingüísticos.

Los sistemas mediáticos más enriquecidos hablan por sí mismos de la potencialidad cultural de las lenguas que los soportan. Son éstos, por regla general, mucho más sensibles al valor patrimonial y comunicativo de una lengua que los sistemas más degradados, donde la misma pobreza de los lenguajes mediáticos envilece o reduce la matriz lingüística en la que se pronuncian.

Las orientaciones de los sistemas de medios

A pesar de vivir en un tiempo en el que se propende a ciertas formas de globalización, es evidente que las desigualdades subsisten en el campo de los medios y de la cultura

y que la que se ha dado en llamar «brecha digital» es una manifestación más de otras brechas económicas, sociales y culturales que están en la memoria histórica de la humanidad.

Nos encontramos, incluso bajo la misma sombrilla de los regímenes democráticos, descritos por la libertad de expresión y el derecho a la información, con sistemas de medios que reflejan distintos grados de evolución, distintas orientaciones y valores de uso, diferentes proyecciones sobre el espacio público. Dentro de Europa, por ejemplo, hay un contraste significativo entre las naciones del centro y del norte y las del sur. Contraste en los consumos, en las agendas de los medios, en la esencia de lo que se entiende por su función social, a pesar de ciertos empeños de convergencia trazados desde las más altas instancias de la Unión Europea (UE).[1] Podría decirse que en el sur, donde sobresalen Italia y España, los sistemas están orientados hacia el entretenimiento y el ocio, con muy bajos niveles de lectura y un fuerte apalancamiento de las audiencias en los consumos de la televisión generalista. Por el contrario, en las naciones septentrionales y centrales, el valor de uso de los medios y su propia filosofía, que no excluye el concepto de la función social, son nítidamente distintos, por una orientación que equilibra la información y el interés social —la raíz periodística— con el entretenimiento y el ocio.

Estos contrastes, dentro de un mismo espacio supranacional como el europeo, descubren territorios amplios —en el norte y en el centro— donde los medios no se alejan tanto de la idea de fijación del conocimiento que describe uno de los paradigmas fundacionales de la sociedad de la información.[2] La demanda de conocimiento, podría afirmarse, se basa en el conocimiento previo. Las naciones con una fuerte base formativa en su ciudadanía parecen estar más habilitadas para acceder a los nuevos recursos que permiten formar conocimiento. Además de una posible brecha tecnológica, que no es tan distintiva o determinante en Europa, cabría hablar de una brecha cognitiva, de distintas sensibilidades y privaciones voluntarias ante la riqueza de la oferta mediático-cultural.

Un ejemplo concreto puede acercarnos a uno de los planos de esa realidad europea dual. Así, en el consumo de prensa, los contrastes son extraordinarios. En cuatro naciones del norte de la UE, Suecia, Finlandia, Dinamarca y los Países Bajos, con una población de 35,6 millones de habitantes, circulan más ejemplares —11,5 millones al día— que en cuatro naciones del sur —Portugal, España, Italia y Grecia— pobladas por 120 millones, donde la difusión es de 11,2 millones de copias diarias.

Esta *brecha analógica* no se corresponde con las expectativas de una Europa económicamente convergente, sino con rezagos culturales, previos al desarrollo de las extensiones digitales de los medios, pero que pueden verse acentuados por los distintos grados de utilización de los mismos. En un reciente trabajo[3] se exponen las características que suelen definir a los sistemas mediáticos dominados por los consumos audiovisuales generalistas, que se sujetan a perfiles de demanda descritos bajo el criterio comercial del «gran público», muy erosivo de la diversidad y riqueza culturales. Aparece aquí la idea de *brecha de conocimiento*, como expresión de los sistemas apalancados por el predominio absorbente del audiovisual de bajo perfil.[4] Apalancamiento de amplias capas de la población, cuya escasa diversificación en los consumos las priva del acceso a otros valores potenciales de las nuevas extensiones tecnológicas, distintivos de la sociedad de la información y el conocimiento.

Un acercamiento cualitativo

Parece necesario que un acercamiento a los medios que se expresan en una misma lengua no se base únicamente en mediciones cuantitativas y deba descender al análisis cualitativo. Esto es, más allá de cuántos se expresan a través de una lengua, qué es lo que se expresa y cómo se expresa en esa lengua. Una disección que, en buena medida, ha estado ausente en ocasiones que, como las de los Congresos de la Lengua Española, parecían destinadas a hacer un diagnóstico sobre el papel de los soportes masivos de difusión de la lengua: los medios de comunicación.[5]

Es cierto que las lenguas son traducibles entre sí y, consiguientemente, son capaces de portar todo el conocimiento de un momento dado. Pero la realidad revela que el conocimiento circula más por unas lenguas que por otras. Incluso, ante manifestaciones similares, como son

las de las industrias de los medios y de la cultura, las prácticas receptivas son distintas, pero no tanto por razones lógicas de diversidad, sino por la desigualdad en los contenidos transmitidos, que marca una escala en la que no se excluye la pobreza. Desigualdad en un tiempo de expansión de los sistemas de transmisión de información y conocimiento, que no siempre es debida a la ausencia de recursos e infraestructuras, sino a la falta de interés, al bajo y pobre nivel de la demanda.

Hace cuatro décadas, la Unesco refirió como valor indicativo del desarrollo de un país en materia de prensa el índice de 100 ejemplares diarios por 1.000 habitantes. Hoy, cuando la mayoría de las naciones europeas superan la cifra de los 200 ejemplares, en ningún país de expresión española se alcanza el índice de 100.[6] Es ésta una brecha muy anterior a las preocupaciones recientes sobre el nivel de usuarios de Internet. Cabría suponer que, en las naciones donde la práctica de la lectura ha excluido a amplias capas poblacionales, su transición hacia las nuevas extensiones tecnológicas de la información y el conocimiento seguiría, en parte, ciertos rastros carenciales del pasado. El desconocimiento previo no es la mejor habilitación para la demanda del conocimiento.

Cuando se hace un recorrido por los medios en lengua española que aparecen en países que no son hispanohablantes, destacan los diarios y las emisoras de radio y televisión existentes en los Estados Unidos. No obstante, esos medios, aun siendo cada vez más numerosos, quedan lejos, especialmente los escritos, de los que corresponderían a una población, la de los hispanos, que se sitúa en torno a los 40 millones. Se acentúa aquí el muy bajo nivel de circulación de la prensa que se conoce, por ejemplo, en países como México. Entre los periódicos diarios, el líder en difusión sigue siendo *La Opinión*, de Los Ángeles, pero su circulación se mantiene en torno a los 125.000 ejemplares, mientras que las cabeceras de Nueva York y Miami no alcanzan esa cifra. El índice de difusión de la prensa en lengua española en Estados Unidos se sitúa muy por debajo de los 20 ejemplares por 1.000 habitantes hispanos.

Todos estos factores nos acercan a un nuevo enfoque de reflexión sobre la lengua y los medios. Y cómo los sistemas empobrecidos en su oferta, aun cuando se correspondan con espacios de demografías muy amplias o densas, no contribuyen a la mejora de la interlocución cultural que se proyecta a través de la lengua que le es propia.

Las brechas en la Red

Otra cuestión relevante es la que hace referencia al despliegue de las potencialidades de Internet en este primer período de implantación, previo al desarrollo de una red multimedia interactiva más evolucionada, donde la actual carga de lo escrito tendría una relevancia menor. Como referencia para la medición del alcance que Internet tiene en una sociedad, se suele emplear el porcentaje de sus usuarios. Este indicador revela grandes desequilibrios en la geografía de las naciones, generalmente descritos por determinantes económicos, y es el que habitualmente se emplea para documentar el concepto de la *brecha digital*.

Sin embargo, no sólo es el factor económico el que incide en el mayor o menor grado de implantación de Internet. Aun siendo necesario un nivel de renta determinado para acceder a su uso, no es ésta una condición suficiente. En naciones como España, donde el crecimiento de los usuarios es tenue y alcanza cotas relativamente alejadas de la media de la Unión Europea, puede advertirse que hay causas culturales que inciden en ese retraso, ya que los valores económicos no reproducen un diferencial tan acentuado. Las mismas causas, probablemente, que se proyectan en otras brechas con las naciones comunitarias, como las de la lectura de libros, periódicos, revistas y otros soportes impresos.

Desde este punto de vista —el del porcentaje de usuarios— las naciones de expresión lingüística española no destacan por cifras extraordinarias, ya que en España, primera por ese concepto entre las naciones del espacio cultural iberoamericano, sólo uno de cada tres habitantes mayores de catorce años declara usar en alguna ocasión Internet, siendo muy inferior el porcentaje de quienes lo hacen habitualmente.[7] Sin embargo, entre los segmentos de población más jóvenes, los valores de uso son sensiblemente superiores, no tan distintos de los que se producen en las naciones centrales de Europa, lo que avala la hipótesis de que los factores culturales, al menos en España, tienen mayor incidencia que los económicos. El crecimien-

to de la Red estaría más relacionado con aspectos generacionales, aumentando la privación o las manifestaciones refractarias a los nuevos usos de matriz tecnológica a medida que crece la edad de la población. En definitiva, una proyección de las secuelas de pasados retardos formativos y culturales, que describen una realidad sociocultural distinta de las naciones centrales de la UE.

La producción del conocimiento

Bajo el denominador de Internet se albergan diferentes expresiones comunicativas y culturales, por lo que la cifra de usuarios apenas nos indica un dato de partida, una constancia de uso, pero no tanto de los valores de uso. Y menos aún nos revela ese indicador el caudal de información que las distintas fuentes idiomáticas aportan al conjunto de la Red. En este sentido, independientemente de la naturaleza de los contenidos, los registros en lengua española han retrocedido en los últimos años, de modo que, a comienzos de 2006, se puede estimar que su peso se sitúa por debajo del 2 % del total, un valor sensiblemente inferior al de la ya relativamente escasa población de usuarios de Internet que tienen por primera lengua la española. En relación con el inglés, lengua dominante, la comparación es reveladora cuando se miden descriptores clave a partir de los resultados obtenidos a través del motor de búsqueda Google[8] (véase la tabla 1). Incluso si sobrepasamos los espacios lingüísticos e indagamos acerca de la implantación de ciertos estandartes culturales de alcance mundial, advertimos nuevas muestras de desigualdad. Mientras que en la Red se albergaban, a comienzos de 2006, 50 millones de referencias sobre Shakespeare, las asignadas a Cervantes eran 7,2 millones; Rembrandt multiplicaba por dos el relieve de Velázquez, y sólo Picasso superaba a Van Gogh.[9]

Ésta sí es una realidad indiciaria poco halagüeña en el recorrido por la cartografía del conocimiento, en la que no despuntan grandes elevaciones en español. Si a esta escasa presencia de contenidos en nuestra lengua se unen los no muy buenos datos sobre el empleo del inglés en las naciones del espacio cultural iberoamericano, se apreciará una segunda limitación en el acceso a uno de los instrumentos que se presentan como eje tecnológico de la sociedad de la información y el conocimiento.[10] La llamada *brecha digital* se ve ampliada por una *brecha lingüística* más profunda que la primera.[11]

Tal vez haya que aceptar, como realidad a partir de la cual trazar las políticas públicas y los proyectos de cooperación, una situación deficitaria que afecta, de modo desigual, al conjunto de las naciones de expresión española. Una realidad que difícilmente puede presentarse bajo el paraguas autocomplaciente de la cuantificación demográ-

Tabla 1
Presencia de distintos términos en Internet

Término	Referencias (x 1.000)	Relación b/a	Presencia (%)
Conocimiento	16.200	52,3	1,9
Knowledge	847.000		98,1
Libros	28.300	56,5	1,7
Books	1.600.000		98,3
Información	140.000	40,4	2,4
Information	5.660.000		97,6
Comunicación	25.300	22,2	4,3
Communication	562.000		95,7
Español/a	61.000	18,5	5,1
English	1.130.000		94,9
Universidad	56.800	39,6	2,5
University	2.250.000		97,5
Deportes	26.600	29,2	3,3
Sports	776.000		96,7
Sexo	5.500	35,3	2,8
Sex	194.000		97,2
Religión	4.490	48,8	2
Religion	219.000		98,0
Democracia	9.900	14,2	6,6
Democracy	141.000		93,4
Música	21.300	44,7	2,2
Music	953.000		97,8
Hombre/s	20.260	42,8	2,3
Man + men	867.000		97,7
Mujer/es	25.600	35,3	2,8
Woman + women	903.000		97,2
Total español	441.250	36,5	2,7
Total inglés	16.102.000		97,3

Fuente: Google, búsqueda selectiva, con discriminación idiomática (21 de enero de 2006). Elaboración propia.

fica de una lengua, o de los medios que se expresan en dicha lengua, que lógicamente, por la diseminación poblacional y los fuertes flujos migratorios, es muy amplia, sino por la riqueza de los códigos mediáticos, los valores de uso de los medios, la orientación de sus contenidos, etcétera. Sin olvidar, en ningún caso, el empleo enriquecedor o degradante que de la lengua y su habla hacen, en términos generales, los distintos medios. ■

NOTAS

1. Véase en este sentido la resolución del Parlamento Europeo de 22 del abril de 2004, que expresa la necesidad de una convergencia real en materia de medios de comunicación desde el plano de las libertades públicas y el derecho a la información de los ciudadanos.

2. Ya a lo largo del pasado siglo, casi todas las corrientes de pensamiento asignaron a los medios determinadas misiones, valores de uso o instrumentaciones. Cabe destacar aquí la idea de función social que formula la Comisión Hutchins, o la gama de valores que establecen los repertorios de Charles R. Wright o de Jay Blumler, entre otros muchos.

3. B. Díaz Nosty, *El déficit mediático: donde España no converge con Europa*, Bosch, Barcelona, 2005.

4. En los años setenta del pasado siglo, P. J. Ticheror y otros sociólogos de la Universidad de Minnesota iniciaron el despliegue teórico de la *knowledge gap hypothesis*, a través del estudio de los consumos mediáticos en diferentes entornos socioculturales. Una formulación que también puede trasladarse al análisis entre las naciones.

5. En los dos primeros Congresos Internacionales de la Lengua Española, celebrados en Zacatecas (México) y Valladolid (España), se dio una importancia central a la relación entre los medios y la lengua.

6. El último dato conocido sobre la circulación de la prensa en España, correspondiente a 2004, sitúa el consumo ligeramente por encima de las 98 copias por 1.000 habitantes (*Medios de comunicación/Tendencia '06*, Fundación Telefónica, Madrid, 2006). Sobre el resto de las naciones de lengua española, los valores son notablemente más bajos (B. Díaz Nosty, «La difusión de la prensa diaria en lengua española», en *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 1999*, pp. 131-186).

7. Los llamados «usuarios del día anterior», esto es, los habituales, superaron ligeramente el 18 % de la población, según datos del Estudio General de Medios (EGM), relativo al acumulado anual de 2005.

8. Búsqueda selectiva, con discriminación idiomática, realizada el día 21 de enero de 2006.

9. Cabe hacer notar, en el caso de la huella de Pablo Picasso en la Red, que de los 12,4 millones de referencias, el 60,1 % aparece en páginas escritas en inglés, el 14 % en español y el restante 25,1 % en otras lenguas, fuertemente dominadas por la francesa (17,1 %), que supera los registros en lengua española.

10. En este sentido, es preciso destacar el interés estratégico de una iniciativa desarrollada por la Oficina del Español en la Sociedad de la Información del Instituto Cervantes, que pone a disposición de los usuarios de la Red un buen sistema de traducción automática que permite superar, de algún modo, el problema de las barreras lingüísticas en Internet (véase http://oesi.cervantes.es/traduccion.jsp/).

11. Entre las naciones de la UE no angloparlante, España aparece con el porcentaje más bajo de población que dice poder sostener una conversación en inglés, con tan sólo el 18 %, la mitad que Grecia (36 %) una tercera parte que Austria (55 %) y una cuarta parte que Suecia (76 %). *Standard Eurobarometer*, 55 (10 de enero de 2001), pp. 81-84.

Bernardo Díaz Nosty es catedrático de Periodismo y director del Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga.