

¿INTERNET, Y DESPUES?
Una Teoría Crítica Sobre los Nuevos “Media”

Dominique Wolton

Editorial Pòrtic
Junio 2000

Resumen Realizado por David Chacobo

INTRODUCCIÓN

Todo el interés de la comunicación como estudio teórico, está en la mezcla de dos dimensiones: valores y resultados técnicos, ideales e intereses. En el imperio de Internet ya no se sabe bien cual es la premisa dominante. Desde mi punto de vista esta es la razón por la cual la comunicación comporta un riesgo teórico y científico fundamentalmente, pero también política y culturalmente, porque une de manera irremediable la dimensión antropológica, los ideales y las técnicas, los intereses y los valores.

Perspectiva Teórica. La comunicación es el núcleo de la modernidad, es inseparable de este movimiento pausado de emancipación del individuo y del nacimiento de la democracia. Hoy en día resulta esencial por tres motivos. En primer lugar, implica la existencia de seres libres que disponen de libertad de información y de comunicación como base de toda relación social y política. La comunicación ha de encarrilar permanentemente dentro de nuestra sociedad individualista de masas estos dos sentidos contradictorios derivados de las dos tendencias políticas de los siglos XVIII y XIX: la libertad individual y la igualdad colectiva. Finalmente, es la condición *sine qua non* de la democracia de masas.

Ver en la presencia de técnicas cada vez más eficaces las condiciones para el acercamiento entre los hombres es muy peligroso. Al contrario, como mas cerca estamos unos de los otros, más visibles son las diferencias, más hace falta garantizar ciertas distancias para soportar las diferencias y conseguir la convivencia.

Muchas veces, la historia económica, social y cultural da sentido a la historia técnica, a través de diacronías diferentes. Es muy importante recordarlo en un momento en que los responsables políticos, substituidos por los medios de comunicación, no paran de repetir que las nuevas tecnologías comunicativas avanzan en la sociedad, pero su mentalidad es tan retardada que los hacen pensar que esta se verá obligada a adaptar-se.

Opinión y Conocimiento. Puede ser este el riesgo teórico más importante de la comunicación para las décadas futuras: flexibilizar los tres discursos que hoy envuelven la comunicación: la empresarial, el periodístico y el político.

En cualquier caso, no se puede pedir a un investigador que piense como un empresario, como un político o como un periodista. Esta persona no está en posesión de la verdad, no más que los otros, pero al menos su visión es diferente. En un sector donde todo va deprisa y de una manera tan estandarizada, resulta vital reservar un espacio para la reflexión teórica y poner un poco de distancia crítica. Esta es la función de la investigación, la cual, por definición, consiste en ir más allá de lo que es evidente y visible, pensar de otra manera y generar conocimientos.

Hay realmente un salto entre los medios de comunicación de masas y las nuevas tecnologías desde el punto de vista de una teoría de la comunicación. Se trata de un cambio sustancial en la estructura de la comunicación, tanto por lo que respecta a los modelos de relación individual y colectiva, como por el estatus que la sociedad concede a la comunicación. Este

es el tema central, y no el hecho de saber si estamos a favor o en contra de las nuevas tecnologías.

Definir la Comunicación. Entender el lugar y la función de la comunicación en una sociedad significa analizar las relaciones entre sus tres componentes: el sistema técnico, el modelo cultural dominante y el proyecto que sostiene la organización económica, técnica y jurídica del conjunto de las técnicas comunicativas.

Por ejemplo, un gran número de autores actuales considera que Internet es una auténtica revolución que dará paso a una “nueva sociedad”, sencillamente porque suponen que la técnica cambiará directamente la sociedad y los individuos. La ideología técnica no se ha de alimentar solamente de la prensa, las relaciones oficiales y naturalmente las industriales. También se ha de alimentar durante una veintena de años de un gran número de obras, construidas sobre el mismo modelo intelectual, que insiste en el carácter imprescindible de esta revolución técnica, la aparición de una nueva sociedad y el retardo europeo. De hecho, estos autores, subscriben la tesis del determinismo técnico, según la cual una revolución tecnológica provocaría una revolución en la estructura global de las sociedades. Así, pasamos de una concepción materialista de la comunicación a una auténtica ideología (la ideología técnica) de la comunicación.

Dos Propósitos. 1) La comunicación es un concepto que, en nuestro sistema de valores occidentales, presenta el mismo nivel y la misma importancia que la libertad y la igualdad. Además, este concepto comporta siempre tres características: un sistema técnico, un modelo cultural de relaciones individuales y sociales, y un proyecto de sociedad.

2) La fuerza de los medios de comunicación generalistas consiste precisamente en englobar los dos extremos de la comunicación, la escala individual y la colectiva, mientras que los nuevos medios se sitúan principalmente en la esfera individual.

Dos Premisas Teóricas. 1) Si se admite que en política los ciudadanos no son pasivos ni se ven manipulados por los mensajes de los estadistas, por qué negarles esta misma competencia en el ámbito de la comunicación? Así entonces, habrá bastante con admitir que el mismo individuo recibe mensajes políticos y comunicativos. Por qué ha de ser libre, activo, crítico e inteligente en materia política y, en cambio, pasivo, influenciado y fácil de engañar en el ámbito de la comunicación?.

2) Una vez más, Europa si quisiese podría representar una experiencia histórica formidable, porque fue pionera en la cuestión de mayorías democráticas y en la comunicación de masas. En todo caso, ya no hay teoría política sin teoría de la comunicación y sin integración de una problemática relacionada con la gran mayoría de masas.

Hay que tranquilizar a todos aquellos que cometen el error de creer que las nuevas tecnologías los han superado y, sobretudo, recordar que la parte importante de la comunicación no consiste en los aspectos técnicos. Los resultados no son siempre la condición de una mejor comunicación humana o social, ni de largo.

CAPÍTULO 2. LA COMUNICACIÓN, EL FUNDAMENTO DE LA MODERNIDAD

Un Debate Indispensable. Se trata de un símbolo de la sociedad actual, marcada por una triple dimensión: sociedad de consumo, democracia de masas y medios de comunicación de masas, una trilogía que lanza a la sociedad contemporánea un asunto tan candente como las cifras y las masas, tema sobre el cual se ha reflexionado bien poco.

El gran público de los medios de masas equivale, en el ámbito cultura, al sufragio universal del mundo de la política.

La comunicación incluso se ha identificado con la tecnología y obliga a la sociedad a adaptarse a este ritmo trepidante.

El ideal de progreso, por no decir la ideología, propone un espacio de reflexión que evita una pregunta bien sencilla: Todas estas técnicas de comunicación para que sirven?. El dogma actual identifica la bondad individual y colectiva con la capacidad de conectarnos a todos los sitios y constantemente. Como corolario podemos decir que toda crítica y todo escepticismo expresan y revelan un rechazo de progreso y de futuro, porque el ideal actual de progreso se identifica exclusivamente con las nuevas tecnologías de la comunicación.

Los Valses de las Modas y las Revoluciones. La comunicación se reduce a la tecnología y la tecnología se convierte en sentido, hasta el punto que llegamos a mencionar la sociedad de mañana como “sociedad de la información o de la comunicación” según el nombre de la técnica dominante. Sólo la ausencia de cultura teórica favorece la idea de un cambio radical de la sociedad al ritmo de las nuevas tecnologías.

El *dumping* ideológico es tal que incluso los periodistas se han creído esta amenaza: formular preguntas o mostrarse crítico significa ser hostil al progreso.

Todo cambio técnico o toda estructuración de un nuevo mercado no representa ninguna novedad radical en una estructura generalizada de la comunicación, porque la organización de la comunicación a escala individual o social no es una técnica. La imprenta no permitió la Reforma, sino que la Reforma dio sentido a la revolución de la imprenta. Igualmente, la radio y después la televisión han obtenido un impacto importante sólo porque iban del brazo con el movimiento a favor de la democracia de masas.

La técnica no es suficiente para cambiar la comunicación en la sociedad, y por eso una serie de “revoluciones de las técnicas comunicativas”, no han tenido el impacto que se esperaba (por ejemplo los videoteléfonos, los cascos de realidad virtual, etc...).

Sólo se habla de la Red. Aparece adornada de todas las virtudes y constituye el equivalente simétrico de todo el que no gusta en los medios de comunicación de masas. Ahora bien, el ciudadano que en cincuenta años no ha parado de observar, filtrar y jerarquizar cada vez más mensajes, se ha mostrado alguna vez pasivo?.

Todas estas modas siguen la misma dirección: la sumisión a todo lo que surge, la fe ciega en la técnica y en el mercado, la certeza que con la multiplicación de las tecnologías comunicativas todo tiene que cambiar en la comunicación humana, en la familia, el trabajo, el ocio y la política.

La Desconfianza Hacia la Comunicación Viene de Lejos. La comunicación es un valor de emancipación dentro de la cultura occidental. Desde el siglo XVI, constituye el complemento y la condición de todas las emancipaciones del individuo. Obviamente, la reivindicación de la libertad comunicativa es el fruto de la larga lucha iniciada durante el Renacimiento por la libertad de conciencia, de pensamiento, de expresión y, después, a partir de los siglos XVII y XVIII, por la libertad de comercio del libro y de la prensa. En el siglo XIX, topamos con la reivindicación por la libertad de asociación, de manifestación y de participación política. En el siglo XX, la lucha va relacionada directamente con la democracia de masas, el sufragio universal y la información para todo el mundo. En resumen, los tres siglos precedentes, que han experimentado la lucha por la libertad individual y después por la igualdad, son indisociables de la problemática de la comunicación.

La paradoja de la comunicación es la siguiente: se trata de uno de los valores esenciales de la cultura política occidental, equivalente a los conceptos de libertad, igualdad y fraternidad, pero nunca ha adquirido una legitimidad.

La seducción de las nuevas técnicas viene dada porque gozan de las virtudes que negamos a los otros medios de comunicación. Quizá porque el carácter individual y lúdico parece abrir una nueva etapa, cuando, en realidad, este uso individual pide una infraestructura enorme. El caso es que todo junto resulta imperceptible para el usuario que ve nada más el ordenador. En cambio, para entender una interconexión como esta, es necesaria una infraestructura. Pero solo nos fijamos en el uso individual, sólo vemos el teclado.

A continuación, podemos resumir en cuatro esta antigua desconfianza hacia la comunicación:

-) La dimensión individual. En este primer caso, la comunicación es inseparable de toda experiencia humana y fundamenta nuestra relación con el mundo y con los otros.
-) La comunicación a gran escala. Como ya hemos visto, la desconfianza en este ámbito ancestral. Sin duda se nutre en parte de las dificultades de la comunicación interpersonal y se identifica siempre con una tentativa de manipulación, en todo caso de influencia.
-) Los medios de comunicación de masas. Condensan este doble miedo de la manipulación y del hombre.
-) El cambio de problemática con las nuevas tecnologías. Todo parece posible de nuevo.

Escándalo del Discurso y Silencio Teórico. La banalización de la comunicación ha acelerado el triunfo de un especie de discurso “empírico”: la televisión se convierte en industria, el espectador es amo y señor y la defensa de una idea de servicio público parece arcaica. Incontestablemente, esto ha facilitado el desarrollo del discurso sobre los nuevos medios, que elogiaban un mensaje bien simple: “Todo cambiará, viviremos una auténtica revolución”.

Diez Razones para No Volver a Saber Mas. La hipótesis es sencilla: el poco valor teórico que se concede desde hace mucho tiempo a la comunicación en nuestro panteón democrático, contrariamente al que existe por los otros conceptos de libertad, igualdad y fraternidad, explica en buena

parte la desconfianza persistente desde hace cincuenta años hacia los medios de comunicación de masas y el entusiasmo excesivo por las nuevas técnicas en los últimos veinte años.

Esta resistencia ante un nuevo conocimiento teórico de la comunicación tiene otras causas:

-) El fantasma omnipresente de la manipulación curiosamente se evade con las nuevas tecnologías. La resistencia al análisis ha sido la contrapartida del éxito rápido y popular de los avances técnicos.

-) Deseo de conocimiento de estas transformaciones. Los mercados han respondido. Hoy en una sociedad abierta, el problema de la identidad se vuelve a plantear imperiosamente, porque cuanto más comunicados, hace falta reforzar la identidad individual y colectiva.

-) La omnipresencia de los avances técnicos en todos los actos de la vida cotidiana.

-) Los medios cultos han cometido el error de sentirse amenazados en su cultura de elite sin cuestionarse su propia función por los medios generalistas, los cuales de una manera mecánica, han desplazado las fronteras entre cultura de elite, cultura media, cultura de masas, y cultura particular.

-) Miedo a quedarse desfasado. A la comunicación se le hace difícil imponer como postura científica y teórica, mientras que la ideología de la modernidad avanza con fuerza.

-) La comunicación como objeto de conocimiento, forma parte de nuestra relación con el mundo.

-) Débil demanda de conocimiento por parte de la sociedad.

-) La magnitud del movimiento con el que las elites, igual que los políticos y los periodistas, contrariamente a lo que ha pasado con los medios de comunicación de masas, se movilizan a favor de las nuevas técnicas.

-) La experiencia demuestra que en materia de comunicación, las prácticas de los públicos cambian siempre menos deprisa que los discursos.

Hay tres características de la comunicación que explican el contrasentido de que han estado objeto ayer la televisión y hoy las innovaciones en comunicación:

1. La televisión nunca no ha gozado de mucha legitimidad cultural ni intelectual.
2. Las prácticas evolucionan menos rápido que las innovaciones técnicas y las modas.
3. Lo esencial de la comunicación no es el funcionamiento de las técnicas, ni la obertura de mercados, sino la necesidad de pensar en la comunicación.

CAPÍTULO 3. LAS NUEVAS TECNOLOGIAS, EL INDIVIDUO Y LA SOCIEDAD

Las Ventajas de las Nuevas Técnicas de Comunicación. La televisión parte de la oferta, como hacen también la radio y la prensa. En cambio, los nuevos medios se basan en la demanda. En realidad, estos dos puntos de partida son complementarios, la cual cosa quedará demostrada claramente cuando halla perdido vigor la pelea entre antiguos y nuevos medios.

Una cosa es segura: no hay “progreso” entre estas dos formas de comunicación. Las dos son útiles y, excepto en los ámbitos en que una de las dos manifestaciones esta más adaptada, no daremos cuenta pronto que la elección depende mucho de la naturaleza de los servicios y de las preferencias de los individuos, sin que haya ningún tipo de jerarquía en la elección. Además, preferir el ordenador a la televisión no es una prueba de “inteligencia” ni de un mayor “espíritu abierto”.

Estos mismos que prometen para mañana la sociedad de la red no se dan cuenta que, hace menos de una generación, otros ingenieros, otros expertos, otros visionarios, otros periodistas, industriales y políticos ya prometieron lo mismo. En cambio, los años sesenta y setenta no quedan tan lejos.

Las nuevas técnicas de comunicación gustan tanto porque para los jóvenes destaca la importancia de la idea de abertura, pero también de rechazo de la omnipresencia de los medios de comunicación de masas, el deseo de responder a la innegable angustia antropológica, la atracción por la modernidad, en fin, la búsqueda de nuevas solidaridades con los países más pobres.

Hay tres palabras fundamentales para entender el éxito de las nuevas técnicas: autonomía, dominio y velocidad. Todos podemos actuar sin intermediarios, cuando queramos, sin filtro ni jerarquía y, además, en tiempo real. Yo no espero, actúo y el resultado es inmediato. Esto nos da un sentimiento de libertad absoluta, incluso de poder, como proclama claramente la expresión “navegar por la Red”. Este tiempo real que equilibra las escalas habituales del tiempo y de la comunicación es probablemente decisivo como factor de seducción.

Las nuevas técnicas son, como una figura de la emancipación individual, una “nueva frontera”. No es solo la abundancia, la libertad o la falta de control lo que seduce. Es también la idea de una posible autopromoción, de una escuela sin maestro ni supervisión. La *Web* se convierte en la figura de una utopía, de una sociedad en que los hombres son libres y se pueden emancipar por ellos mismos. Todo esto es cierto y corresponde a la era del tiempo que valora la libertad individual, en un momento en que ya no hay demasiados terrenos de aventura ni de evasión para ofrecer a las nuevas generaciones.

No se puede negar que el gran público se encuentra delante de ciertos servicios documentales a los cuales puede acceder de manera práctica y directa. Es evidente que, para muchas profesiones, el acceso a bancos de la información necesarios para la evolución de los negocios representa todo un avance. Es verdad que los científicos, los juristas, los médicos, en fin, todas las profesiones enfrentadas a una evolución rápida de los conocimientos y que han de reciclarse pueden encontrar en estas herramientas los recursos documentales idóneos. El acceso a “toda la información” no substituye la

condición previa que consiste en saber que información hace falta pedir y que uso se ha de hacer de ella. El acceso directo no suprime la jerarquía del saber y de los conocimientos. Creer que podemos adquirir cultura con un poco de acceso a las redes demuestra una cierta fanfarronería.

El acceso a las máquinas no reduce las desigualdades sociales, pero sí que a algunos les da la sensación de que existe la posibilidad de minimizar las distancias. Los jóvenes encuentran en las nuevas tecnologías un recurso para diferenciarse de la era de los adultos, simbolizada por el reino de la televisión. Todo se abre nuevamente, todo se puede volver a crear, todo es posible por poca imaginación que se tenga. Y sin el peso de la jerarquía social. El siglo XX ha sido tan mortal que parece difícil de rechazar el derecho a soñar a las generaciones que quieren construir un mundo mejor.

Finalmente, cuando calibramos el atractivo de las nuevas tecnologías entendemos el encanto que encuentra gran parte de la juventud. Dicho esto, en esta utopía de la Red lo más importante no es la fascinación técnica, porque toda persona joven en los países ricos vive ya desde los años setenta envuelta en un universo técnico. Lo más importante es que la Red se haya convertido en el soporte de los sueños eternos para una nueva solidaridad. Estos sistemas gestionan información, cultura, comunicación, es decir, la primera materia de todas las utopías, y por tanto de todas las voluntades de cambio y emancipación.

El Contenido de la Web. Lo que sorprende, es que la multiplicidad de datos se resume, por lo que hace a la oferta organizada por las instituciones, en cuatro categorías: En primer lugar, las aplicaciones de tipo servicios para toda clase de información o de transacciones (reservas de billetes, conciertos, exposiciones, anuncios), meteorología, anuarios, bolsa, motores de búsqueda....En segundo lugar, hay aplicaciones de tipo ocio, como los juegos interactivos en red, hasta que llegue el video limitado técnicamente. A continuación, aplicaciones vinculadas a la información de acontecimientos, general, facilitada por agencias o diarios, o especializada según el entorno socioprofesional y sociocultural. Finalmente, hay aplicaciones de tipo información de conocimientos, es decir, información disponible en los bancos de datos, que pueden ser de libre acceso pero que requieren un pago o uso de códigos de acceso.

·) *Oferta y Demanda de la Información.* Los hombres siempre han experimentado la necesidad de comunicar y de entrar en relación los unos con los otros. Estas necesidades se incrementan con el nivel sociocultural y la red doméstica permite acceder a informaciones de naturaleza diferentes. No es posible justificar el desarrollo de los multimedia por una "teoría de las necesidades" prematura y superficial, y que tiende a hacer creer una complementariedad natural entre los diferentes tipos de información. Hoy se prevén las necesidades de entornos muy pequeños, y muchas veces se trata de sólo automatizar lo que ya existe o bien continuar el proceso. De aquí viene el modelo implícito de la pareja urbana moderna, de un cierto nivel sociocultural. Los servicios futuros se imaginan a partir de estos marcos de vida, de sus problemas y sus aspiraciones. En efecto, las primeras aplicaciones de teleinformática fueron concebidas en el marco profesional y para el espacio privado. Efectivamente, hay servicios que pueden sustituir relaciones administrativas largas y pesadas, pero eso no es lo más importante en la vida,

y para muchas personas estas relaciones comportan incluso oportunidades inesperadas de formalizar contactos.

·) *Reaparición de las Igualdades.* En nombre de la libertad y de la igualdad de los individuos, toda la información ha de ser accesible a cada ciudadano, como una vía para el conocimiento de la realidad y actuar. Es inseparable de una idea de igualdad y de universalidad. Es una concepción esencialmente política, que no tiene otra legitimidad que un sistema de valores propio de la cultura occidental. Se da un riesgo bien real de desarrollar una concepción menos democrática de la información que se basa en una especialización según el nivel de conocimiento y la capacidad financiera. En efecto, la información es selectiva en contenido, pero también lo es a través del procedimiento de búsqueda. La manera de construir la información y de presentarla, de prever los medios de acceder, no es una universalidad y se relaciona con esquemas culturales. Los dos escollos son la selección en función del dinero y la segmentación de los contenidos según el entorno social. En este caso, los diarios, las radios y las televisiones se revelan más democráticos. Son instrumentos de comunicación que se mueven en el plano universal y no en el particular. Con estos medios, la información se dirige a todo el mundo, y cada uno la integra al menos tanto en función de su personalidad como de su situación social. Esto no quiere decir que no hay desigualdades, pero al menos se muestran visibles y el acceso no es tan discriminatorio.

Información, Expresión, Comunicación. *Un sistema de Información no siempre es un medio de comunicación.* La primera diferencia se encuentra en las funciones: la Red es el reino de la información omnipresente y el paraíso de la interacción. No hay comparación con lo que los medios tradicionales puede ofrecer; En la Red se pueden decir muchas cosas, en todo caso más que en la radio o la televisión; Se encuentra una lógica más clásica de comunicación, una programación, una representación, un público.

La función de información remite a lo que es necesario para el funcionamiento de una sociedad compleja. La expresión denota la necesidad de hablar en una sociedad libre pero poblada de solitudes. La comunicación implica la dificultad de la intercomprensión. Así, la velocidad de la información se opone a la lentitud de la comunicación.

El mundo multimedia esta en ebullición constante, y da la sensación de ser un terreno de aventuras sin límites. En cambio, por lo que respecta a sus medios, la estructura se ve mucho más reforzada por entre treinta y cincuenta años de legislación, de tradiciones culturales y profesionales, de usos y de inserción en la sociedad. Los medios han encontrado su adaptación social y cultural, mientras que la Red todavía no.

Mientras que los mundos de la radio y de la televisión enseguida han adquirido un prestigio, vinculado a la política, a la cultura, al espectáculo, a la prensa, etc, el de la informática nunca no ha conocido una notoriedad como esta. La filosofía es sobretodo industrial y comercial, mientras que la radio y la televisión de entrada no se consideran industrias. Con los ordenadores, estamos del bando de la producción y de la rentabilidad, mientras que con los medios estamos del bando de la política o de la cultura!

Para que hay una comunicación de tipo mediático hace falta una ligazón entre emisor, el mensaje y el receptor, es decir, una representación de quien

dice, a quien, a través de que mensaje, con que intencionalidad y a través de que recepción, según las categorías clásicas de H.Lasswell. Quien dice comunicación dice tener en cuenta el emisor, el mensaje y el receptor. Por este motivo, nunca hay comunicación sin regla y sin definición de un espacio real concreto. En resumen, no hay medios sin representación previa de un público. Esta característica fundamental de la comunicación mediática permite de entender porque un gran numero de actividades de Internet no están pensadas como si se tratase de un medio. Ciertamente, una de las condiciones de su éxito es que se trata de una red donde no hay un publico predefinido. Un diario, igual que una emisión radiofónica o de televisión, implica una intencionalidad (algunos dicen una construcción del público *a priori*), cosa que explica la diferencia respecto a la seducción de la Red, donde la utopía consiste en no construir un público con anterioridad, porque puede ser que se encuentre en cualquier lugar del mundo.

No hay medios mundiales porque no hay lector, ni oyente, ni teleespectador mundial. La idea del medio remite siempre a la idea de un cierto encierro muchas veces vinculado a la existencia de una comunidad de valores. Con la Red, apostamos por la emisión y por la capacidad de transmisión sin reflexión previa sobre el receptor, que puede ser cualquiera. En el caso inverso, no puede haber medios de comunicación sin que exista una cierta reflexión sobre la demanda y el público. La radio y la televisión se pensaron en principio como un medio con un proyecto de comunicación hacia un público, mientras que la red se piensa hoy en función de sus capacidades técnicas de transmisión. Dicho de otra forma, una radio (o una televisión) puede ser un sistema de información inferior a la Red, y esta un sistema de comunicación mas malo.

Vemos una dimensión de libre comunicación, sin restricciones, un espacio de libertad con relación a todas las limitaciones que vencen los medios clásicos, mientras que lo más importante de su innovación se encuentra en la implantación de sistemas de información comercial de todo tipo. Básicamente, la Red no es un medio. Se trata de un sistema formidable de transmisión y de acceso a un número incalculable de informaciones.

En todos los casos, hará falta salir del vacío jurídico actual, porque una *Web* sin reglamentación es un *Web* devastada por los virus más grandes, los de la desigualdad, de las manipulaciones y de los fantasmas. Por tanto, nos encontramos lejos de una *Web* que favorezca la nueva utopía de una sociedad orientada al intercambio y a la obertura a los otros, libre de los poderes. Al contrario, estamos delante de un sistema de información integrado, donde la facilidad esta más de parte de una economía mundial que no de parte de una mejora de las relaciones interpersonales.

Hace falta que las nuevas tecnologías de comunicación se adapten a la gestión de los flujos complejos de nuestras economías, sin suprimir tampoco la otras dos funciones minoritarias de la expresión y de la comunicación que conviven.

El Individuo Ante los Nuevos Medios de Comunicación.

·) *El paso del tiempo.* No hay comunicación sin tiempo: tiempo para hablar, para entenderse, para leer el diario y abrir un libro, para ver una película, y eso independientemente de las cuestiones de desplazamiento. Además, la observación de los internautas confirma esta impresión: parece que

se mueven por un espacio donde no pasa el tiempo. La aniquilación de la duración, la desaparición del paso del tiempo inherente a toda experiencia comunicativa plantea el problema desde el punto de vista antropológico, porque el tiempo que requieren las nuevas técnicas es homogéneo, racional y liso, mientras que la dimensión temporal humana es, siempre discontinua y diferenciada. Ahora bien, aunque escapar al tiempo no es desagradable y todo el mundo intenta hacerlo desde siempre de mil maneras, lo que cambia en este caso es la parte sistemática y racional con que podemos entrar 24 horas al día en un espacio-tiempo que ya no tiene ninguna relación con el de la experiencia humana.

·) *La Transparencia Imposible*. Nada no sería más falso que imaginar una sociedad donde la burocracia hubiese desaparecido porque cada uno podría hacerlo todo desde su terminal. Es olvidar las lecciones de historia: los hombres, las organizaciones, las instituciones inventan procesos burocráticos constantemente porque la transparencia social es imposible. Lo que la pantalla permitirá simplificar y hacer más directo y transparente por un lado, será más reglamentado, más cerrado y más codificado por el otro. Los sociólogos han demostrado claramente que cuanto más transparencia hay, mas rumores y mas secretos circulan por la sencilla razón que nunca no hay relaciones sociales transparentes.

Los Nuevos Medios entre Comercio y Democracia. Mientras el gran público de los medios de masas nunca no ha seducido, incluso siendo reflejo del sufragio universal del terreno político al cultural, resulta que la dimensión de gran público de los multimedia nos fascina.

La dimisión intelectual ligada a las reflexiones sobre el número, “malo” aquí y “remarcable” allí, presenta una consecuencia directa: el silencio sobre el control (al mismo tiempo indispensable) de la información que circula por las redes. Durante dos siglos, la lucha por la libertad de información ha estado inseparable de una batalla jurídica y política por definir las reglas de protección. En el caso de la red, al contrario, se instala el gran bazar, sin ninguna reglamentación. Todo el mundo puede colocar información, y ninguno no lo controla. Supongamos que los proveedores son virtuosos y honestos, que no tienen ninguna voluntad de perjudicar y que los usuarios son también tan virtuosos y racionales. Las informaciones son auténticas porque son en la Red! Nunca un sistema técnico no se havia creado su propia legitimidad suprimiendo de golpe el conjunto de las realidades de poder, de desigualdades, de mentiras y de relaciones de fuerza que, desde siempre, envuelve la información. Incluso los periodistas, que son los primeros en saber como es de difícil luchar por la libertad de información, no reclaman en este caso ninguna medida de control, no ponen ningún problema, no manifiestan ninguna ironía, no se sorprenden de tanto ecumenismo. “Es justo y verdad, porque esta en la Red”. Las prestaciones técnicas se convierten en garantía de la veracidad del contenido. Igualmente, la cibercriminalidad, la especulación mundial, el espionaje electrónico y otros cambios todavía poco conocidos van apareciendo a medida que va creciendo la telaraña, pero parece que da igual.

En los años setenta, nos conmovieron las amenazas de la informática a las libertades. Ahora, treinta años después, mientras que estas amenazas son mucho más fuertes en lo que concierne al crecimiento de ficheros, de archivos electrónicos o de falta de protección de los datos personales (especialmente en

EEUU), hacemos como si no pasase nada. No obstante, se aconseja fehacientemente a los internautas que naveguen con un pseudónimo para evitar atentados contra la vida privada. El individuo es tan solo un consumidor o es igualmente una persona? Quien es responsable de lo que se escribe y se difunde? Como se gestiona la relación entre expresión y responsabilidad?

De la protección de las libertades fundamentales a los derechos de autor, pasando por las mentiras, los atentados a la vida privada, la separación entre lo que es público y privado, la confidencialidad de los datos o los derechos humanos, los riesgos de la delincuencia informativa crecen a una velocidad y aun escala insospechada hasta hace nada más que 20 años. Cuando podremos decir por fin que el control de la información, con las sanciones reales, es el único medio para salvar las redes? Y cuando pararemos de decir que en la Red es imposible controlar la información? Los hombres han inventado un sistema técnico para la información y la comunicación (que son la base de la experiencia individual y social) sin ninguna capacidad de control político y democrático? Y que más?

La UNESCO, por ejemplo, en el otoño de 1998, en su solemne "Declaración de Mónaco" puso en guardia a los países en la necesidad de proteger la vida privada e impedir la difusión de información, pero todavía es insuficiente. Hace falta abrir la mente y admitir que, desde la perspectiva de la libertad y de la democracia, un acceso directo a la información sin control ni intermediario (tanto para el suministro como para el uso), no constituye un progreso democrático, sino una regresión y una amenaza. No hay relación entre acceso directo y democracia. Al contrario, la democracia está vinculada a la existencia de intermediarios de cualidad.

Hace falta volver a introducir intermediarios para verificar el suministro y la utilización de la información, porque con las capacidades técnicas actuales se pueden facilitar y solicitar millones de informaciones sin ningún control. La falta de control, que va a ser el objetivo democrático durante siglos porque se trataba de liberarse de múltiples censuras, se convierte hoy en una de las principales amenazas, porque la lógica dominante se ha invertido.

Si queremos salvar la libertad de información, hace falta admitir cuanto antes mejor que, en un nuevo universo saturado de información, lo hemos de proteger y filtrar a través de intermediarios que garanticen esta situación ideal. Dicho de otra manera, lo que importa preservar es el ideal democrático de la información. Si ayer en un contexto político determinado este ideal pasaba por la supresión de estos intermediarios, hoy, en un universo donde todo es información, estos intermediarios se recuperan para poder garantizar una cierta filosofía de la comunicación.

La paradoja es que hemos criticado durante medio siglo los medios de comunicación de masas en nombre de la libertad individual porque les reprochábamos que, al difundir el mismo mensaje a todo el mundo, constituían un factor de estandarización, de nacionalización y de control de las libertades individuales. Ahora nos damos cuenta que no sólo los medios de comunicación de masas no han perjudicado forzosamente las libertades individuales, sino que sobretodo han intentado de transcribir este ideal de libertad individual en un contexto de democracia de masas, es decir, un contexto de grandes números.

Esta función normativa que no hemos querido ver en los medios de comunicación de masas vuelve con las nuevas técnicas de comunicación. Su

éxito les obligará a reemprender esta cuestión, abordada por los medios generalistas, pero ignorada olímpicamente: en un contexto de democracia de masas, que ya no tiene ninguna relación con la realidad en la cual había estado pensada la democracia dos siglos antes, como se puede preservar la libertad individual y al mismo tiempo un cierto ideal de emancipación colectiva?

Esta cuestión fundamental demuestra que, a pesar de todas las diferencias técnicas que distinguen la televisión de la Red, los antiguos y los nuevos medios tienen en común más parecido que no diferencias desde el punto de vista de una teoría de la comunicación.

CAPÍTULO 4. BASTA DE GUERRA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Esta es la postura esencial: recuperar la comunicación como patrimonio teórico esencial del pensamiento occidental, evitando reducirla a sistemas técnicos, no equivocarse por lo que hace al sentido de los cambios que le afectan. Además, hace falta ser consciente que a través de la capacidad de “reflexionar sobre la comunicación”, Occidente consigue evitar que la comunicación (cada vez más vinculada a los intereses) engendre desigualdades y mecanismos de poder, porque quedan muy lejos de los ideales de libertad y de emancipación de que ha sido sinónimo durante diversos siglos. Hay que insistir en dos aspectos:

- 1) No hay “progreso” en el paso de los medios de comunicación de masas a las nuevas técnicas, no hay retardo de la televisión en comparación de Internet, no hay modernidad de los multimedia respecto del arcaísmo de los medios tradicionales.
- 2) No hay oposición entre la televisión, que se enfoca a los grandes números, a las masas, y los nuevos medios, que se concentran en el individuo. Los dos abordan el mismo problema, el de la relación contradictoria entre la escala individual y la colectiva, pero lo hacen de manera diferente. Como ya hemos ido viendo hasta ahora, las nuevas tecnologías provocan una sensación de libertad individual, incluso cuando esta individualización del uso requiere una enorme infraestructura. En cambio, los medios de comunicación de masas no se benefician de la atracción técnica. Su función principal es organizar la comunicación dirigida al gran público.

Objetivos Comunes. No hay nada peor que creer que la racionalidad técnica es capaz de modificar la racionalidad de las relaciones humanas. La racionalidad de las técnicas de comunicación es mucho más sencilla que la de los hombres y las sociedades, por no decir más pobre. Hay técnicas de comunicación mundiales, pero no hay comunicación mundial, y eso pasa tanto con los medios generalistas como con las nuevas tecnologías.

Por tanto, defender el principio de reglamentación no es la manera de frenar el progreso, sino al contrario: es la manera de recordar el peso de las otras dos dimensiones de la comunicación. Igualmente, se recuerda que no hay libertad de comunicación sin reglamentación ni sin protección de esta

autonomía. Además, tenemos que añadir que los heraldos de la desregulación en realidad son favorables a la reglamentación del mercado, es decir, de las relaciones de fuerzas económicas (las de la jungla). Sin lugar a dudas, el éxito creciente de las nuevas tecnologías parece justificar el abandono de las “prácticas escrupulosas de otra época”. Los efectos negativos todavía son poco visibles porque los países más pobres no se han dado cuenta de la magnitud de la nueva desigualdad que se va imponiendo. El *free flow* les permitirá acceder a las migajas de esta circulación mundial de la información, de la cual serán sólo usuarios, pero nunca se convertirán en actores. Además, el problema es el mismo desde hace dos siglos: quien tiene poder reclama siempre librecambismo porque le es favorable. Afirma que ser favorable a todo el mundo, pero se olvida de decir que lo será en proporciones desiguales.

Dicho esto, es triste constatar que la Unión Europea tiene dificultades para resistir a esta ideología. En cambio, las reglas internacionales son el único mecanismo para minimizar los riesgos vinculados a esta globalización de las condiciones comunicativas, causa de nuevos y profundos factores de desigualdad. Ciertamente, habrá ordenadores y redes por todo el mundo, pero la desigualdad se dará de dos maneras. En primer lugar, impondrá un solo modelo cultural: millones de hombre y mujeres se verán obligados a abandonar las otras prácticas de trabajo, de servicios y de relaciones para modernizarse y convertirse al uso de estas tecnologías concebidas según otros modelos culturales. De otro lado, toda la innovación y la ingeniería se construirá en otro país. Estos estados tendrán la posibilidad de equiparse y de utilizar redes, pero el conjunto de la economía cognitiva, intelectual y técnica quedará en otras manos. La globalización del acceso a las redes no significa ni mucho menos un reparto mundial más equitativo de las riquezas técnicas o humanas.

A pesar de ello, además de disminuir las desigualdades, la reglamentación sirve también para recordar que la comunicación nunca se puede reducir, como hacen tantos, a un problema de la transmisión, es decir, sólo a la dimensión técnica. Si lo más importante de la comunicación se reduce a la tecnología, entonces los cines, las radios y las televisiones propondrían los mismos programas alrededor del mundo. En cambio, pasa exactamente lo contrario: los contenidos son radicalmente diferentes. Contenidos, estilos y géneros, estos son los elementos básicos en relación al universo social, mental y cultural, como han demostrado desde siempre historiadores y antropólogos.

En otras palabras, la globalización de la comunicación plantea dos problemas: por un lado, la proporción entre comunicación funcional y normativa y los papeles respectivos que tienen los medios generalistas y las nuevas tecnologías en relación a estos dos tipos de comunicación. De otro, la toma de conciencia que la globalización de la información y de la comunicación presenta el riesgo de convertirse en un factor poderoso de inestabilidad o de conflictos.

Admiramos el sufragio universal, alabamos la cultura de masas (el Museo del Prado, el Centro Pompidou, etc...), pero denunciemos siempre los efectos de estandarización de los medios de comunicación de masas. Por qué los números relativos al gran público se valoran en política, sociedad o cultura y se desprestigian en el ámbito de la comunicación?

Los Objetivos Específicos de lo Medios de Comunicación de Masas.

El público ha salvado la televisión pública en Europa (entre las diez cadenas

europas más vistas, cinco corresponden al servicio público. Audiencia pública de 40,5% en Alemania, 40,9% en UK, 51,1% en España, 47,3% en Italia, 43,6% en Francia. Datos de Octubre del '98) al menos tanto como los poderes públicos, los dirigentes o los mismos programas. El segundo aspecto positivo es que se ha incrementado la independencia de los periodistas hacia el poder político y así se ha ampliado un movimiento de competencia entre el sector público y el privado que ya había comenzado antes. Los aspectos negativos hacen referencia a la falta de ambición de una política audiovisual europea. Los nuevos medios interesan mucho más a la Unión Europea que no los medios tradicionales, mientras que la proporción entre los usuarios es de una a cien.

Mañana, cuando los usuarios (europeos sobretodo) hayan probado y experimentado las virtudes y los límites de un universo multifragmentado, comprenderán el interés de los medios generalistas. Contrariamente el discurso dominante, según el cual las nuevas técnicas superan la televisión generalista, hace falta decir que los medios generalistas, centrados en la oferta, tienen un gran futuro delante suyo. Las nuevas tecnologías no amenazan de ninguna manera la televisión, a condición que los políticos, los dirigentes y las elites abandonen el mimetismo y la fascinación por las técnicas y se acuerden del papel fundamental ejercido por los medios generalistas, la prensa escrita, la radio y la televisión en una democracia.

No hay que escoger entre radio, televisión y multimedia. Hay que escoger entre la prioridad concedida a la defensa de una comunidad cultural y política a través de los medios clásicos y una precipitación, en nombre de la modernidad, hacia medios interactivos en la lógica ya bastante lejos de las tradiciones de información y comunicación de numerosas regiones del mundo. Pensemos en África, el Próximo Oriente, El Oriente Medio, Asia o América Latina. Salvar la radio y la televisión es una apuesta no solo por la comunicación, sino también por la democracia, y podemos hacer la previsión siguiente: si triunfa el discurso relativo al fin de la televisión como una gran herramienta comunicativa, eso querrá decir simplemente que hemos reducido la comunicación a su dimensión técnica, y que nadie tiene el coraje de reivindicar el status de la comunicación generalista, emblema de las dimensiones sociales y culturales de la democracia de masas que continua siendo el gran desafío del siglo XXI.

Los Objetivos Específicos de las Nuevas Tecnologías. En resumen, estar conectado constantemente y a todas partes no es un proyecto de comunicación, ni muchas transmisiones generan forzosamente mucha comunicación. El drama con los seres humanos es que no se contentan con la información. Como portadores de emociones, no interpretan nunca de la misma manera las informaciones y no tienen mucha práctica a distinguir información y rumor.

El acceso, eso sí, es libre, y fácil para aquel que sabe usar los sistemas. El problema no se encuentra en el acceso a la información, sino en la capacidad de saber que pedir. El contexto de competencia es esencial. Sobretodo si accedemos directamente sin la intermediación de un profesor o de un documentalista que nos facilite siempre el acceso a aquello que desconocemos. Aquí ya no hay un enlace ni un intermediario, como siempre ha habido a lo largo de la historia. Nos encontramos "en directo" con la inmensidad del saber de la humanidad. Donde está el progreso? Confundimos el hecho de

poder acceder a todo desde el mismo terminal con las inmensas diferencias que representa aquello a que accedemos. El hecho de que con el mismo terminal podamos hacer la compra y acceder a la biblioteca nacional francesa no quiere decir que las competencias exigidas al usuario sean equivalentes. Igualmente, hacen falta intermediarios humanos, encabezados por profesores, que los ministros de educación no paran de considerar como los “frenos” del progreso, porque tienen un concepto de la didáctica un poco más complicada que la de las máquinas. No paro de repetir que la profesión de estos formadores, como también la de los documentalistas, es esencial y está infravalorada. Mañana será indispensable para navegar por las redes, cuando todo el mundo, después de haberlo intentado, entienda las dificultades y los límites. La emancipación no consiste en suprimir los intermediarios, sino en reconocer su función.

Hace falta evitar la idea ingenua de creer que la llegada de estos sistemas de información provocará un cambio radical en el *status* y la estructuración del conocimiento. Creer eso es sucumbir a la ideología técnica.

Cuando pensamos en las innumerable dificultades con que han topado los periodistas desde hace dos siglos al mismo tiempo que intentar reglamentar y proteger la libertad de información...entendemos la ingenuidad y el peligro de creer que millones de informaciones disponibles en la *Web* son buenas, honestas y fiables por naturaleza.

Olvidamos bastante fácilmente que muchas aplicaciones de la Red no tiene nada que ver con el saber o el conocimiento, sino con otros aspectos de la realidad mucho más triviales, incluso sórdidos o peligrosos.

No hay información de comunicación sin pérdidas, errores, faltas ni desplazamientos. Cuando la información no era excesivamente abundante, la cuestión de los límites no se planteaba, porque el objetivo era precisamente negarlos. Cuando todo el mundo tiene la impresión de poder hacerlo todo y de poder acceder a todo navegando libremente por un océano de información, entonces hace falta reintroducir esta realidad ontológica: no hay racionalidad completa de la información y de la comunicación.

Es al fenómeno simétrico de lo que pasa con la conquista de la naturaleza y de la materia. Finalmente nos damos cuenta de la fragilidad, del carácter finito y del indispensable nacimiento de una ecología que regule los bienes naturales, al fin y al cabo escasos. El hombre todopoderoso se ve obligado hoy a adoptar una actitud más prudente hacia el medio ambiente. Pasa lo mismo, a la inversa, con la comunicación, Ayer era un fenómeno raro, hoy domina por su abundancia. Precisamente la abundancia obliga de nuevo a una reflexión normativa para pensar en una estructuración de la información y de la comunicación. . El ciudadano occidental se convierte en un gigante en materia de información, pero continua siendo un enano en materia de acción. Por eso hemos de recordar que la información nunca puede ser adquirida alegremente, sino que es el fruto de una lucha política, y que tiene un coste.

Desde hace 10 años recordamos que algunas aptitudes son bien desiguales según si son los adultos o los niños quienes utilizan las redes, y que de ninguna manera no se ha de ver una prueba de inteligencia.

Occidente se ha equivocado de todas identificando las redes como sinónimo de modernidad. Sin duda, es por la imposición de una sola concepción del tiempo y de un solo modelo de organización que el imperialismo

occidental es el más nefasto, porque esto influye profundamente en las culturas y las identidades.

Hemos de conseguir que todo el mundo sea consciente de que se trata de técnicas que algún día quedarán desfasadas por otras, que siempre actúan sobre la información y la comunicación y que son realidades humanas y sociales, más complicadas que las herramientas que las transmiten.

Pensar en la Comunicación. Primero hay que indagar en la necesidad constante de simplificación y de huida hacia delante que consiste en creer que los fracasos actuales humanos y colectivos en materia de comunicación se resolverán mañana con las nuevas técnicas. Hoy la Red y los multimedia son populares, pero rápidamente surgirán otras técnicas que subrayaran los límites anteriores, la eficacia superior de las nuevas herramientas y la urgencia de equiparse de ellas.

Tecnificar la comunicación o socializarla, este es verdadero problema. Cuanto más nos interesemos por la dimensión técnica, más aceptaremos una visión materialista de la comunicación. Cuanto más nos interesemos por las dimensiones sociales y culturales, más nos adheriremos a una visión humanista de la comunicación.

Recordar que el ideal de la comunicación funcional ayuda a la circulación y a las prestaciones, a la transmisión y la interactividad, a la velocidad y a la eficacia, mientras que el de la comunicación normativa admite la necesidad de la lentitud en la intercomprensión, como también la importancia de las diferencias culturales y religiosas, simbólicas y los límites inevitables de todo acercamiento.

Segundo, hay que multiplicar las encuestas del público, es decir, de los usuarios receptores, para ver concretamente como los individuos se las apañan, fracasan y reinventan. La estadística y la comparación ponen las cosas en su sitio y muestran que lo que más se hace servir en la Red de momento es el correo electrónico y los servicios relacionados.

Hay romper la idea fija según la cual una comunicación basada en la demanda es “mejor” que la que se basa en la oferta, cuando todo el mundo sabe, por experiencia y desde siempre, que tan lícito es comunicar a partir de una como de la otra.

Tercero, lo que se dice hoy sobre la sociedad de la información ya se dijo con la llegada del teléfono ahora hace un siglo, de la radio a principios de siglo, del ordenador en los años cincuenta y de la televisión por cable hace treinta años.

Los intermediarios eran el instrumento de emancipación, pero se trataba de hombres y no de técnicas. Hoy algunos creen que la mediatización es sinónimo de mediación, y que las técnicas aún lo pueden hacer mejor que los hombres.

Si la cultura se caracteriza por la capacidad de almacenar grandes cantidades de información, Internet es efectivamente una herramienta cultural, porque el número de informaciones a las cuales permite acceder aumenta de manera vertiginosa. Desde el punto de vista del volumen, dejando de lado el tema de la calidad, Internet es, sin duda, una oportunidad para la cultura.

Pero si cogemos la otra dimensión cultural (la duración), las cosas se complican. No hay cultura sin permanencia ni sin acumulación. Ahora bien, la característica de Internet y de la cibercultura es deshacer constantemente,

negar la idea misma de acumulación. No hay *stock*, no hay perennidad, sólo hay fluctuaciones. Si bien este movimiento tiene alguna cosa de seductor en relación a una determinada moda actual que privilegia la velocidad, el carácter aleatorio, la dimensión virtual y la contingencia, comprendemos los problemas que esto plantea desde la perspectiva de una definición de la cultura.

Al mismo tiempo, hace falta decir no a una comunicación reducida a las prestaciones técnicas. Y no igualmente a la idea de que las prestaciones técnicas prefiguran una nueva estructuración de la comunicación.