

Comunicación política y sociedad de la información

Carmen Gómez Mont*

Some of the positions that can be kept for the redefinition of political communication in the information society are explored by the author of this essay. Technological development and the strategic importance of information and communication prevail in all human activities. Contraposing models of transnational and community media claim for a radical redefinition of communication, technology and politics as concepts. If old media have proved to be poor supporters for collective solutions, the question is open for the possibilities of new media. It is clear, by now, that cyberspace could be and ideal space to test communitary political strategies.

La autora de este ensayo explora las posiciones que en la actualidad pueden sostenerse en la reformulación de la comunicación política en la sociedad de la información, donde domina el desarrollo tecnológico y donde prevalece la importancia estratégica de la información y la comunicación en el conjunto de las actividades humanas. La contraposición de los medios transnacionales y los medios comunitarios exige replantear los conceptos de la comunicación, de la tecnología y de la política en términos inéditos. Si los viejos medios de comunicación han demostrado que son un débil soporte para elaborar colectivamente soluciones, se abre la pregunta sobre si los nuevos podrán superar esa limitante. Queda claro, por lo pronto, que el ciberespacio podría ser el lugar ideal para poner a prueba estrategias sociales políticas de carácter comunitario.

* Departamento de Comunicación. Universidad Iberoamericana.

Poder político y medios de comunicación

La tecnología de información siempre se ha originado y ha permanecido ligada al poder político y militar. De ahí su importancia y el rol determinante que juega en los procesos políticos y sociales del mundo actual.

Lo evidente sería entonces condenarla de entrada. No hablar ni querer saber nada de un sistema de información que queda determinado por su origen. Sin embargo, en unos cuantos años, los límites del hecho tecnológico han revelado que ningún análisis parece tener la última palabra. Sus dominios llegan mucho más lejos que los que marca su origen, el militar, y su campo de desarrollo, el comercial.

Sin negar el peso que estos dos factores representan, es importante subrayar que la tecnología de información y comunicación que se da a partir de la revolución microelectrónica es también parte del tejido político y social. Existe, además, un cambio dramático en la relación política y medios de comunicación desde hace unos años. Esta tendencia se acentúa cada vez con mayor fuerza.

No se puede comparar al rol que desempeñan los medios clásicos de comunicación: el cine, la televisión, la prensa y la radio, ya que éstos últimos, es decir, las telecomunicaciones, la informática y el audiovisual, a la vez que son una extensión de los anteriores, engendran una cualidad que los torna radicalmente diferentes a los otros: su carácter simbólico e *inteligente*.

Seguir su desarrollo no es fácil ni evidente. Es complejo y está lleno de contradicciones. Por otro lado, no se conocen hasta el momento usos sociales que hayan derivado de ellos. Tampoco se cuenta con un marco teórico y una metodología para el análisis que permita avanzar en el conocimiento de este sistema de información y comunicación.

A diferencia de la era mecánica, y de la era de los medios de comunicación masiva, los nuevos medios de información y comunicación en pocos años de vida, no más de 25 si se parte de la invención del microprocesador, han demostrado superar las tesis más optimistas, así como las más condenatorias, de

jando al investigador y al crítico de los medios la difícil tarea de crear nuevos desafíos para construir una interpretación real.

La ausencia de instrumentos a la medida del avance tecnológico ha hecho proliferar profesiones y aventuras que llegan sin ningún peso científico hasta los límites del siglo por venir.

Valdría la pena rescatar algunos de los mitos que se han edificado en torno a la sociedad de la información y la explotación tecnológica.

Las tecnologías de información no están determinando a la sociedad de la información, es justamente la sociedad, tejida en un caleidoscopio de posibilidades, la que va construyendo el sentido de la comunicación de medios altamente simbólicos. Cajas negras, como señala McLuhan, que hasta hace poco nadie se atrevía a abrir.

Nadie puede saber hacia qué mundo evolucionamos, con toda seguridad poca relación tendrá con el que predicen los profetas de la sociedad de la información (Tremblay 1995: 39).

Hay que tener cuidado de no caer en determinismos tecnológicos. Los avances en el terreno de la información de los últimos años son sorprendentes, sin embargo, este modelo de desarrollo deriva de procesos sociales, económicos y políticos. Tratar de establecer una dirección clara que apunta al horizonte es echar mano de las teorías más simplistas a este respecto. No es la técnica la que determina a la sociedad, son procesos sociales, económicos y políticos complejos.

Para establecer una teoría que se aproxime a la problemática que deriva del uso de las tecnologías, deben hacerse investigaciones detalladas y sostenidas sobre los estudios de caso. Es desde este rubro que puede contemplarse el tema que hoy nos interesa: la comunicación política.

La transición

A pesar de los tratados hasta ahora escritos sobre temas que hacen referencia a la sociedad de la información y al desarrollo tecnológico, son pocas las tesis que convencen, que argumentan

y develan la dinámica de los cambios reales que vive México y el mundo. La pregunta fundamental parte de una inquietud: ¿Cómo aprehender los cambios en curso y dónde situar a la tecnología de información dentro de ellos?

Hablar de tecnología y comunicación política es hablar de la esencia que conforma la lógica de información, entendida como un sistema de redes e intercambio de información no en doble sentido, sino en todos los sentidos posibles en que se puede comunicar una sociedad.

Un hecho es indudable: la constitución de una sociedad de la información donde domina el desarrollo tecnológico y donde prevalece la importancia estratégica de la información y de la comunicación en el conjunto de actividades humanas. Tres son los rasgos que la constituyen:

- a) El término demasiado impreciso, poco riguroso que deriva de una visión determinista, aumentado con un progresismo ingenuo (Tremblay 1995: 21).
- b) Las tecnologías que se desarrollan cuando el Estado benefactor se retira del escenario, dejando iniciativas y tomas de decisión que afectarán a la sociedad y a la iniciativa privada. Confían en que ellos o la sociedad civil resuelva la regulación de la sociedad.
- c) La internacionalización e interdependencia que también van de la mano. Es decir, cuando las políticas y las reglamentaciones deben ajustarse unas a otras. Quienes se alejan quedan aislados del conjunto que se conforma y deberán de realinearse tarde o temprano (Tremblay 1995: 30).

Dentro del marco que conforma el ideal de la sociedad de la información, surge nuevamente una interrogante: ¿cómo se va a asegurar la integración de individuos, grupos y etnias?, ¿cómo se va a comprender esta nueva conformación geográfica y espacio-temporal? Los mecanismos de integración tradicional ya no funcionan y la violencia sube de tono día con día.

La información será el centro de producción de las sociedades. Hay que rescatar según Gaëtan Tremblay cuatro elementos en ellas:

- Una sociedad interconectada.
- Una economía de la información.
- Una sociedad interactiva.
- La informática como una nueva forma de escritura (Tremblay 1995: 11).

Es decir, una economía que parte y se fundamenta de la información, la interconexión de todos sus miembros y la creación de una nueva escritura, la escritura electrónica. Pero, ¿dónde quedan las estrategias de la comunicación política en estas redes?, ¿cómo se están construyendo?

Las tecnologías de información han demostrado ser la fuerza más poderosa en el ámbito político desde la invención del armamento bélico. Hace falta analizar hasta qué grado estas tecnologías generan crisis, y al mismo tiempo, se plantean como puerta de salida a las crisis.

Por esta razón se le ha concebido como una *revolución de la información*. Todos los elementos para crear otro modelo de sociedad que no sólo dependa de la tecnología.

Pensar la comunicación política desde la sociedad civil

Las tecnologías de información han llegado antes que sus usuarios a las nuevas fronteras económicas, políticas y sociales que pueden conformar el nuevo proyecto social. El usuario las contempla como una ruptura del cine, de la radio, de la prensa y de la televisión. La pregunta fundamental es si del nuevo sistema de comunicación va a derivar un nuevo modelo de comunicación, donde la sociedad civil encuentre un dominio de acción ligado a sus necesidades y demandas. Sólo desde este rubro puede pensarse la comunicación política. El

modelo anterior corresponde al de los grandes partidos y al de los grandes dictadores.

La inteligencia de los aparatos se coloca ahora del lado del receptor para devolverle el habla; la interactividad rompe con el esquema centralista de los espacios de poder político del siglo XIX y XX, el trazado de redes de telecomunicación pone en un primer plano, a cualquier hora y ante la mirada de millones de telespectadores, cualquier imagen capaz de convulsionar la opinión pública mundial. Este es el peso político de los nuevos medios, sin embargo, su estrategia por ahora no queda clara.

Satélites, informática, sistemas de televisión digitales y redes de telecomunicación, donde Internet no es sino el ensayo de una propuesta, son ya una intrincada red de comunicación política donde el discurso del centro al exterior deja de tener sentido. El ejemplo más claro: las horas que pasan las jóvenes generaciones que ya cuentan con esta tecnología, no pueden compararse con las que se pasan frente al televisor; el apego y la fascinación son diferentes. Los universos televisivos nunca podrán ser equiparables ante la cantidad de informaciones y de posibilidades de entablar grupos y grupos de información a través de una red como Internet.

El contexto en el que surgen los nuevos medios y las estrategias de la comunicación política se resume en una idea: medio siglo de televisión. Mientras el poder político a duras penas alcanza el fin de la era televisión, las nuevas formas de hacer comunicación política están encontrando canales ideales de información y comunicación dentro de las tecnologías de información y comunicación.

Las últimas convulsiones del mundo comunista se desencadenaron y se pacificaron a través de los medios de comunicación y no mediante enfrentamientos armados. Mao decía, por ejemplo, que el poder político nacía de los cañones de los fusiles. Abbie Hoffman ha dicho que nace del objetivo de las cámaras de televisión (Rheingold 1992: 57).

Con la proliferación de redes se forjan dos modelos: aquél que ancla sus principios en la comunicación unidireccional,

convirtiéndose en un monstruo informático por la potencialidad que encierra la lógica de una red global de comunicación, o bien, una multiplicidad de iniciativas donde miles de actores alimentan en todo sentido informaciones y comunicaciones que conforman ya, y deberán conformar en un futuro, un nuevo sistema de información y comunicación.

Ciertos pasajes son ya parte de la historia y crean bases para el sistema de información por venir: pensemos en aquel incidente en el que un hombre grabó con su cámara de video a unos policías de Los Angeles mientras daban una paliza a un conciudadano; cuando el pueblo de Rumania abucheaba a Ceausescu ante las cámaras de televisión de todo el mundo; cuando durante el golpe de Estado en la ex Unión Soviética, un ejército prestó a Yeltsin un teléfono portátil; en aquel día en el que todos pudieron ver cómo un individuo con la bolsa de la compra se enfrentaba él solo a un tanque de Beijing (Rheingold 1992: 57).

Imágenes igualmente simbólicas que se reproducen en México: el video de Aguas Blancas; la paliza que recientemente recibe un grupo de indocumentados en la frontera con Estados Unidos; cientos de videos producidos por grupos civiles que asociados a ideales políticos construyen su forma de ver la realidad y denunciarla. Todas estas formas pequeñas de comunicación, en su conjunto, conforman un gran aparato de comunicación política.

Ante cada uno de estos rasgos prevalece una inquietud: la necesidad siempre existente de informar y comunicar con la sociedad. Vale la pena rescatar el carácter ambivalente del uso político de estos medios: con satélites, computadoras y recursos audiovisuales se alimentan las tesis del *big brother* orwelliano, pero también se fomenta la descentralización y fuga de informaciones que antes permanecían invisibles para gran parte de la sociedad.

Así como la televisión es un producto de consumo de masas, y donde se pasan horas de programas comerciales denigrantes, esta misma pantalla se puede tornar, por efecto de la comunicación internacional, una ventana al mundo capaz de

crear opinión e influir en la toma de decisiones en cuestión de segundos. La opinión pública ya no pertenece a unos cuantos expertos, es dominio de la comunicación política, es decir, de todos.

Es difícil, entonces, definir desde ahora los usos reales de esta tecnología; ellos no resultarán sino de un largo y complejo proceso de formación.

Hasta ahora domina un discurso polarizado: por un lado, quienes están convencidos de que se progresa, se contamina menos, se desplazan informaciones para todos en las redes y por el otro lado, cuando emergen las amenazas patentes, sobre todo la constitución de ficheros electrónicos que atentan contra la vida privada de todos y de cada uno (Tremblay 1995: 9).

Los actores sociales de la comunicación

Si se toma como punto de partida la dinámica del cambio, surgen tres actores primordiales para definir el concepto de sociedad de la información: empresas, gobiernos y sociedad civil. De ellos tres, ésta última es la que conforma las iniciativas más desafiantes en el mundo de las redes.

Es verdad que la comunicación asume de forma gradual un carácter mundial, esta idea se engendra dentro de un principio dialéctico, es decir, como parte complementaria y contraria a ella, fuerzas de resistencia que asumen su existencia desde lo local. Es así como lo global y lo local son y constituyen parte de un mismo fenómeno comunicativo, sin el cual el otro no tomaría forma.

Las formas que asumen estos actores sociales son diversas: organizaciones civiles que derivan su existencia no de la tecnología, sino de demandas sociales muy concretas y que encuentran en las redes de comunicación (video, televisión, radio, prensa, Internet) un motor para hacer circular de forma adecuada su información. Lo global se vuelve así un punto elemental para reevaluar la comunicación política y la política para reevaluar la soberanía y la identidad.

Son estos actores, ante el diario acontecer, quienes están definiendo los nuevos roles de la comunicación local e internacional. La comunicación política ya no puede entenderse como el discurso de un partido a una audiencia indefinida, es el diario acontecer que se construye desde las comunidades a través de una intrincada y compleja red de comunicación conformada por videos, televisión, satélites y las telecomunicaciones.

La comunicación política ya no sólo se entiende como un plan estratégico trazado desde los poderes públicos, desde el gobierno o desde los partidos, es la construcción de una opinión pública cuya fuerza es capaz de hacer cambiar el rumbo o dirección de la toma de decisiones de gobiernos, empresas y diversos grupos sociales.

El motor de la obediencia, como señala Régis Débray, parte de la opinión; el estatuto del individuo se torna en un consumidor a seducir; el mito de la identificación parte de la creación de estrellas; el dictado de autoridad de la televisión; el régimen de autoridad simbólica no es sino lo visible, es decir, el acontecimiento o lo creíble, y la unidad de dirección social está constituida por lo uno aritmético, es decir, el líder de todo este cuadro es el principio estadístico, el sondeo y la audiencia (Débray 1994: Anexos). Es así como también se forman las nuevas corrientes de opinión, tendencias que a final de cuentas llegan a influir en la toma de decisiones.

La concepción de la comunicación política pone entre interrogantes los alcances de la comunicación pública, antes estrechamente ligada a la idea del Estado. El Estado abandona el terreno de la prensa escrita, primera prueba para construir las condiciones de la libertad de expresión, después se constituye en un Estado benefactor, principio a partir del cual defiende la idea de servicio público y de la gestión de bienes colectivos, como el caso de las ondas de radiodifusión, finalmente se vuelve un socio de la empresa. ¿Puede el capital garantizar la imagen de libertad de expresión y de democracia sobre todo en Estados o países en transición hacia este último punto? Los movimientos sociales, en un inicio asociados ante la reivindicación de la libertad de expresión, inician prácticas autónomas

al intentar articular un nuevo orden de la comunicación basado en la socialización (Senecal 1995: 45).

El Estado deja crecer al mercado, paradójicamente, la sociedad civil con un Estado asociado al capital crece de igual manera. No obstante el Estado defiende la pertenencia del concepto de servicio público para legitimarse.

Existe, entonces, un juego que en principio es complejo. El derecho a la comunicación se enfrenta a un cuadro jurídico, a políticas, a reglas del mercado o a opciones tecnológicas que convergen hacia el reconocimiento y proclamación de *la industrialización de la expresión* (Senecal 1995: 45).

Los medios comunitarios son una forma de reacción ante estas estrategias.

Los nuevos medios: Medios para las comunidades

Durante las protestas de la Plaza de Tiananmen y durante el golpe de Estado en la ex Unión Soviética se conectaron en redes los faxes y los ordenadores produciéndose una importantísima fuente de información social, creada y construida desde la sociedad civil. Importa destacar que estos grupos se hicieron de tecnología a precios asequibles en el mercado y se apoyaron en redes de comunicación dispuestas a escala mundial. No buscaron apoyarse en directivos de cadenas de televisión. Nuevamente una comparación que marca dos planos de acción entre viejos y nuevos medios: radio y televisión son excelentes para hacer obedecer a la población; el video y las telecomunicaciones bien podrían ser los medios de la desobediencia social.

A pesar de su diversidad y especificidad, estos experimentos sociales y mediáticos encuentran preocupaciones comunes, principio que les otorga una fuerza y una coherencia enormes.

Entre los principales factores constitutivos de estos medios comunitarios están: una crítica constante a los medios comerciales, la desmitificación de la objetividad de los medios

de masa, el acceso de los no profesionales a las ondas, el cambio social, la información local y regional, la propiedad colectiva y el funcionamiento democrático (Senecal 1995: 160).

La democratización de los medios es parte de la comunicación política. Iniciativas que emergen por todo el mundo y que tienen como punto en común la crítica y rechazo a un modelo monopólico de comunicación, ya sea estatal o empresarial. La democratización de los medios cuestiona a la democracia.

Esta iniciativa encuentra sus orígenes en la comunicación alternativa, en los setenta, para encontrarse en los noventa unida a un movimiento internacional y reforzando sus efectos en redes mundiales de comunicación. Una versión superada y potencializada de los mensajes alternativos reducidos a un espacio geográfico bien determinado. Hace falta entonces reinterpretar su significación y medir los alcances de esta comunicación política.

Esta experiencia comunitaria es el equivalente de la plaza pública. Las primeras experiencias en comunidades indígenas de cine súper 8 y fotografía, las radios comunitarias; el video independiente, si por tal debe entenderse no ligado ni a intereses estatales ni comerciales; tampoco debe ignorarse el rol que desempeña el Estado en proyectos de desarrollo comunitario; centros de transferencia tecnológica y becas para la creación de mensajes y desarrollo de proyectos que tienen que ver con estos grupos, tanto unos como otros nutren las grandes utopías y denuncias sociales.

El ideal comunitario vive hoy más que nunca la idea de democratización. Trata a los excluidos de los grandes medios de comunicación, tiene una cercanía con lo popular, son grupos que intentan organizar a la sociedad de otra forma. Tiene una proximidad ideológica con lo que es paralelo, popular, alternativo, libre, y asume como su tarea la contrainformación y la democratización.

Las redes de telecomunicaciones, esa nueva geografía humana de la que tanto se habla, deja una primera interrogante: ¿Cómo gobernar en una situación de desterritorialización? Una

contraposición más a los clásicos medios de comunicación centralizadores, unidireccionales y territorializados. Los regímenes autoritarios no han podido soportar las redes telefónicas, los satélites de la televisión, los faxes y las fotocopadoras, instrumentos que estimulan una comunicación descentralizada, transversal y jerárquica (Levy 1994: 66).

Los viejos medios de comunicación han demostrado que son un débil soporte para elaborar colectivamente soluciones. ¿Podrán los nuevos superar esta limitante?

Pierre Levy asegura que vivimos un momento extraordinario de apertura, en el sentido en que la sociedad de este fin de siglo se está inventando ella misma. Es un momento de apertura que no durará mucho tiempo. Las nuevas estructuras de comunicación servirán para poner a prueba, entonces, estructuras de organización y estilos de decisión orientados a hacer avanzar la democracia (Levy 1994: 67).

Para navegar con libertad en el ciberespacio

El ciberespacio podría ser el lugar ideal para poner a prueba estrategias sociales y políticas de carácter comunitario.

La manera de enfrentarse al complejo mundo que se conforma este final de siglo exige la contribución de una gama enorme de colectividades y soluciones posibles. Las jerarquías y las soluciones que derivan de un solo grupo pensante ya no son capaces de dar una respuesta adecuada a los problemas que requiere este fin de siglo, son instancias lentas, rígidas y pesadas. Se requiere, movilizar una gran variedad de competencias y el tratamiento continuo de enormes flujos de información. Una variedad de actores debe de participar en la construcción de respuestas posibles. Además, se ha visto que los problemas que actualmente se perfilan en todos los países de alguna manera están interconectados en un espacio mundializado (Levy 1994: 67).

Esta será la mejor forma de hacer avanzar la democracia: navegar, simular, experimentar, flexibilizar, es decir, todas aquellas iniciativas que se oponen a los sistemas políticos propios de este siglo y que encontraron una fuerte correspondencia en los medios de comunicación de masas.

Y no es verdad que las redes de telecomunicaciones estén sólo reservadas a una élite. Cada día mayor número de personas en México y en América Latina cuenta con una terminal de computadora en el sitio de trabajo y en las universidades. Hoy día el total de las universidades latinoamericanas están enlazadas a Internet. Africa en unos años más quedará totalmente comunicada. Desde luego que no es un medio que llegará a manos de todos, como tampoco lo han hecho la prensa, el cine y la televisión. Otro factor digno de consideración se refiere al costo de estos aparatos. Pierre Levy señala que la construcción del sistema escolar en cualquier país resulta muchísimo más costoso que el aprendizaje y actualización a través de las telecomunicaciones. El aprendizaje de los lenguajes computacionales cada día es más fácil, los lenguajes se tornan en forma gradual coloquiales y por otro lado las jóvenes generaciones parecen no tener problema para aprender la informática. Navegar es mucho más fácil que aprender a leer. Hay que recordar que aprender a leer puede llevar de dos a tres años en el mejor de los casos y toda la infraestructura de que requiere esta actividad: salones de clase, impresión de libros y profesores.

Una experiencia como Internet permite experimentar y medir los alcances de una red de este tipo. Lo que importa subrayar en todo caso es el carácter público que debe tener esta red.

En el sistema clásico los individuos estaban acostumbrados a emitir su parecer bajo la forma de un voto, un sí o un no cada seis años, donde la voluntad del votante se tornaba un elemento cuantitativo. Con una experiencia de comunicación de la talla de Internet, el voto, es decir, la participación de colectividades y de ciudadanos, tiene además del carácter numérico, la calidad del punto de vista que se defiende. Los problemas se redefinen continuamente, se abren nuevas interro-

gantes, se enuncian y adoptan posiciones independientes las unas de las otras ante una gran variedad de temas, señala Pierre Levy, la identidad política de los ciudadanos se definirá por su contribución a la construcción de un paisaje político en perpetuo movimiento y el apoyo que darían a tales problemas. El eje no sería el voto, sino el apoyo al pensamiento colectivo (Levy 1994: 73).

BIBLIOGRAFÍA

- DÉBRAY, Régis (1994) *Manifestes Médialogiques*. Paris: Gallimard.
- LEVY, Pierre (1994) *L'Intelligence Collective*. Paris: La Découverte.
- RHEINGOLD, Howard (1992) *La muerte de la desinformación*. Facetas.
- SENECAL, Michel (1995) *L'Espace Médiatique. Les Communications à l'Epreuve de la Démocratie*. Québec: Liber.
- TREMBLAY, Gaëtan (1995) *La sociedad de la información. Del Fordismo al Gatedismo*. Montreal: Asociación Canadiense de Comunicación, UQAM.