

# Tecnologías de la comunicación y democracia: El Factor Internet\*

Richard Davis  
(Dpto. de Ciencia Política Brian Young University,  
Utah, USA)

Traducción de José Luis Dader

\*Capítulo I del libro de Richard Davis, *The Web of Politics. The Internet's Impact on the American Political System*. New York. Oxford University Press. 1999. Traducido y reproducido bajo el permiso expresamente concedido para esta edición por Oxford University Press. Debido a limitaciones de espacio algunos párrafos han sido suprimidos o extractados y la extensa acumulación de referencias bibliográficas ha sido condensada en algunos casos.

**C**omo en los comienzos de otras nuevas tecnologías, Internet ha sido calificada de propulsora de una revolución social (Randall:1997, Smolan/Erwit:1996, Doheny-Farina:1996, Derry: 1996, Talbott:1995, Rheingold:1993). "En el presente asistimos a los días iniciales y turbulentos de una revolución tan relevante como cualquiera de las precedentes en la historia de la humanidad", opina un ejecutivo del sector industrial. "Está emergiendo un nuevo medio de comunicación, uno que podría sobrepasar todas las revoluciones comunicacionales anteriores -la imprenta, el teléfono, la televisión, el ordenador-, en cuanto a su impacto sobre nuestra economía y nuestra vida social" (Tapscott, 1996). Sin duda, Internet ha influido ya en el curso de la vida estadounidense.

La actividad más ansiada por la mayoría de los norteamericanos -el disfrute del tiempo libre-, incluye de forma creciente el uso de La Red. El tiempo consumido en estar conectado ha aumentado de manera tremenda. Ya en 1997, el 85% de los usuarios de dicho país declaraban que se conectaban al menos una vez al día (WWW User Survey, 8º Informe, 1997), pero sólo un año antes la mitad de los usuarios decía que realizaba un consumo de 10 horas semanales, como mínimo, y una quinta parte de los encuestados dedicaba más de 20 horas a la conexión. Incluso el uso de Internet sobrepasa el acceso: La empresa American Online recibió fuertes críticas e incluso llegó a ser demandada por algunos de sus clientes por una campaña de difusión masiva de disquetes para acceso en modalidad de tarifa plana sin haber garantizado previamente su capacidad de absorber nuevos usuarios (Jackson, 1997; McAllister, 1997). Los servicios en conexión están forzando el incremento de nuevas líneas telefónicas para satisfacer la creciente demanda.

Así como la utilización inicial se ceñía a los lugares de trabajo, con un tipo de usuarios del mundo empresarial o académico que accedían a Internet por razones labo-

rales o de investigación, el consumo desde los hogares ha crecido hasta el punto que ahora es más probable la conexión desde las casas que desde las oficinas (Pew Research Center, 1996). Internet ha pasado de ser una herramienta de trabajo a una actividad de ocio (Pavlick, 1996:55-56) y, teniendo en cuenta que el tiempo libre disponible no ha aumentado, mucha gente está reduciendo el tiempo antes dedicado a otros asuntos. Un 37% de usuarios estadounidenses de Internet declaran, por ejemplo, que utilizan La Red en lugar de ver televisión (WWW User Survey, 6º Informe, 1996).

Un exponente del futuro papel social de esta tecnología estriba en la edad del sector de población más atraído por ella: Internet ha cautivado sobre todo a la gente joven. Según una encuesta de Newsweek, el 61% de los estadounidenses de diez a veinte años se declaraban navegantes de Internet (Pew Research Center, 1998; Harris, 1998). Dicho dato puede estar relacionado con la introducción de Internet en los centros universitarios y, progresivamente, en los colegios de enseñanza media y escuelas primarias. En muchas Facultades o escuelas universitarias se da ya por supuesto que los estudiantes tendrán su propio ordenador personal. Por todo lo cual no debe sorprender que la gente por debajo de los 30 años sea la que con mayor probabilidad manifiesta tener acceso a La Red ([www.mediastudies.org/new.html](http://www.mediastudies.org/new.html)).

Un requisito previo para tal crecimiento fuera de los lugares de trabajo es el uso floreciente de los ordenadores personales en el hogar. Según la Oficina Estadounidense del Censo, el número de hogares equipados con ordenador creció desde los 6,9 millones de 1984 hasta más de los 22 millones en 1993. En mayo de 1994 un sondeo del Times Mirror Center estimaba que un tercio de los hogares estadounidenses disponía de un ordenador personal y en 1997 otro estudio de la industria informática, publicado en "PC Magazine", indicaba que el 43% de los hogares estadounidenses, equivalentes a unos 40 millones de familias, tenían ordenadores personales. Asimismo, el 50% de los hogares con hijos pequeños disponían de un ordenador en casa. Las ventas de ordenadores para uso doméstico se ha incrementado a gran velocidad. En 1997 dicho mercado había aumentado en un 76% y buena parte de la entrada de ordenadores en el hogar se destinaba a usos personales.

Ese crecimiento vertiginoso puede continuar con la aparición de canales de televisión accesibles por Internet. El cambio a la televisión digital forzará a los propietarios de televisores a adquirir nuevos receptores y esa transformación puede incentivar el uso de Internet si los nuevos aparatos permiten el acceso a la televisión por vía cibernética. La Red genera hasta ahora un entusiasmo menor que la televisión, como forma de ocio, porque, en su modalidad presente, consiste en un tipo interactivo de entretenimiento; en cambio la televisión es pasiva. Un crítico arguye que esta esencial diferencia limitará la demanda de Internet porque "el consumidor no quiere trabajar para lograr entretenerse" (Francine Sommer, citada en Pavlick, 1996:xii). Sin embargo Everett Rogers (1986:31) ha predicho que La Red cambiará el comportamiento de la gente, en el sentido de que "la era de los medios pasivos se ha terminado, o está en camino de desaparecer".

El crecimiento del uso de La Red ha sido directamente proporcional al aumento de la percepción por el público de sus posibles usos, tal y como iba evidenciando el rango de posibilidades experimentables. Se ha producido un incremento vertiginoso de la información accesible a través del cibermedio y los servidores y direcciones de páginas electrónicas han proliferado como hongos. En un período de sólo cuatro años (1993-97) el número de servidores en Internet saltó de 1,3 millones a 16 millones y sólo en 1996 el incremento de estos albergadores de páginas había crecido en 7 millones (cfr. Network Wizards, <http://nw.com/zone>). Frente a la oferta de los primeros años noventa, los usuarios disponen ahora de una cantidad inmensamente superior de sitios o enclaves en La Red ("sites") que puedan resultarles de interés, así como de tiendas electrónicas, agencias de viaje o servicios financieros.

Por otra parte, la publicidad sobre Internet probablemente disparará el interés en la gente por estar conectado. La Red ha dejado de ser una novedad como tema de la información de actualidad e incluso se ha convertido ya en una sección o campo informativo de muchos medios periodísticos. Los medios impresos y audiovisuales disponen ya de espacios específicos dedicados al ciberespacio, pero no sólo eso: al ser conscientes de que sus lectores y audiencias utilizan Internet cada vez más, la información periodística se ocupa progresivamente de describir los problemas de los servicios de La Red, como la lentitud de las transmisiones, el descontento de los consumidores o el tratamiento de la pornografía. Los reportajes especializados destacan el impacto del cibermedio en el mundo económico, la cultura y la política.  
(...)

## **ALGUNOS RASGOS DEL IMPACTO SOCIAL<sup>1</sup>**

Las ramificaciones sociales de La Red comienzan apenas a ser exploradas. Han cuajado nuevas relaciones mediante la creación de las denominadas comunidades virtuales (Jones, 1995:11). Los entusiastas de las más diversas actividades, ideologías o intereses se localizan y reúnen a través de grupos temáticos de usuarios. Alguna gente de edad avanzada está encontrando en Internet una gran vía de comunicación con otras personas a pesar de sus limitaciones para salir del hogar. Muchas personas inician nuevas relaciones personales a través de la red que luego prosiguen también fuera de ella (Parks y Floyd, 1996:80-97). Otros consiguen mantener contacto frecuente a bajo coste con familiares y amigos geográficamente distantes. Otros, en fin, recuperan viejas amistades perdidas gracias a las bases de datos con direcciones electrónicas. Todas estas actividades están aflorando precisamente en un momento en que los lugares de contacto social, como asambleas municipales o auditorios de actos públicos han dejado de tener el poder de convocatoria que tiempo atrás tuvieron. Las comunidades virtuales, por su parte, "no están circunscritas por muchos de los límites que sociólogos y demás analistas tradicionalmente han mencionado para definir las fronteras sociales, sobre todo desde el punto de vista geográfico y político" (Pavlick, 1996:310-311). Además, muchos usuarios descubren que pueden comunicarse ahora con otra gente que comparte sus mismos intereses y a la que no hubiera conocido nunca de no haberse conectado.

Pero las innovaciones tecnológicas no surgen de repente y adquieren su nicho en la vida pública sin despertar inquietantes preocupaciones sobre los efectos de tan repentinas apariciones públicas. Como la televisión antes, la Red no ha llegado sin despertar tales temores públicos (cfr. por ejemplo, Stoll:1995 y Moore:1995). Un psicoanalista de la era informática ha advertido que "los ordenadores no se limitan a hacer cosas por nosotros, sino que hacen cosas dentro de nosotros, incluyendo nuestra forma de pensar sobre nosotros mismos y sobre los demás" (Turkle, 1995:26). Internet, por tanto, ha despertado temores acerca de cómo la tecnología determinará nuestro futuro (...) Significativamente estos nuevos problemas sociales han provocado una afluencia de libros de autoayuda relativa a Internet, en los que se ofrecen consejos sobre como evitar tales inconvenientes, desde el bombardeo comercial, los falsos romances, el correo electrónico basura o la ciberponografía (Barret, 1995).

Uno de los principales costes sociales de Internet radica en la creciente tendencia al aislamiento personal. Internet puede conectarnos virtualmente con las más alejadas zonas del globo, pero nos priva de los pequeños contactos reales con la gente que vive en la puerta de al lado. Como Stephen Doheny-Farina opina (1996:37) "la red nos seduce y a continuación nos saca de nuestro lugar". Internet, matiza este autor, puede ser una fuerza positiva dentro de las comunidades locales, pero no un sustituto de ellas. Aún así, tal mundo virtual puede ser percibido como preferible al mundo real. Internet ofrece un mundo en gran medida bajo nuestro control. Podemos finalizar la conexión con una página o interrumpir una conversación en el momento que queramos. Nuestros contactos sociales se producen así con unos guantes de protección que nos resguardan de la a veces desagradable obligación de tratar con otras personas auténticas en el mundo de las situaciones reales. Internet en sí mismo puede alimentar la percepción de que el mundo es un lugar peligroso mientras que las conversaciones electrónicas pueden resultar más seguras que las reales. Como señala un ensayista, "tal vez la seguridad es el aspecto más seductor, en una época en que hay las mismas probabilidades de que el vecino de al lado se te acerque con un comentario inteligente que sacando un arma automática" (Moore, 1961:25).

Tal aislamiento social viene acompañado de la percepción de una compenetración virtual. La gente cree que está conectada con los demás, incluso cuando en realidad están geográficamente muy distantes, tal y como expresaba una pareja en un pueblecito de Colorado: "Aunque vivimos a seis horas de Denver, con nuestros ordenadores, teléfonos, fax y servicio oficial de correo urgente, estamos tan conectados al resto del mundo como si viviéramos en el centro de Tokio o Londres" (cfr. Pavlick, 1996:335). A decir verdad, Internet no es el único causante de dicho aislacionismo social. Es sólo la última de una serie de innovaciones tecnológicas de comunicación que ofrecen al individuo mayor capacidad de control, no sólo sobre el contenido de los mensajes, sino también sobre cómo y cuándo se distribuirán. Los centros de entretenimiento doméstico -dotados de grandes pantallas de televisión, equipos de vídeo, reproductores de CD y videodisco- han inundado los hogares dejando a las personas separadas, aunque no necesariamente lejos, de sus familias y grupos.

(...) Otro temor respecto a Internet, muy similar al denunciado cuando la televisión

comenzó a expandirse, es la posible creación de una cultura única y homogénea, tanto en Estados Unidos como a lo largo del planeta. La preocupación por la hegemonía cultural no es nueva, pero Internet la ha exacerbado. Globalmente la angustia sobre el particular se centra en la hegemonía de Occidente sobre las culturas autóctonas del Tercer Mundo, ya bastante afectadas por la televisión vía satélite. Pero Internet posee incluso un potencial superior para crear mayor homogeneización. Mientras los satélites tienen limitaciones geográficas, La Red, no. El hecho de que Internet se base en el texto escrito ha ayudado al inglés, que es la lengua más utilizada en el medio. El dominio del inglés preocupa de forma especial a países con otras lenguas, como Francia, sensibilizados respecto a cómo salvaguardar su propia cultura e idioma (Colman, 1997:57). Asimismo, a medida que la base tipográfica de Internet vaya siendo reemplazada por imágenes audiovisuales, se incrementan las posibilidades de la dominación cultural. La televisión cibernética permitirá a los usuarios de todo el mundo escoger programas de cualquier región del globo, lo que supone una clara ventaja a favor de la cultura occidental. Teniendo en cuenta que los dominios de identificación de ciberseveridores están mucho más a menudo radicados en Estados Unidos y Europa Occidental y que estas dos zonas encabezarán seguramente en el futuro inmediato el desarrollo de la televisión en La Red, ambas áreas se mantendrán por largo tiempo como los enclaves básicos para los usuarios del resto del mundo.

Internet ha afectado también al comercio –nacional e internacional-, y tanto dentro de las corporaciones como en las relaciones entre éstas y sus consumidores. Ha facilitado la transferencia de información entre profesionales y genera oportunidades, sin olvidar riesgos potenciales, en materia educativa. Está reconfigurando las relaciones sociales con sus correspondientes costes. Pero queda aún un área pendiente de análisis: la política. ¿Cuáles son las previsiones sobre el efecto de Internet en nuestro sistema político? Ese es el objeto de atención del que ahora nos ocuparemos.

## LA PROMESA DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA

En las predicciones relativas a su papel político, Internet mantiene grandes expectativas. El columnista de *Newsweek*, Howard Fineman, ha hablado de “la nueva compra de Louisiana, un nuevo Oeste sin cartografiar” y la incidencia política que la nueva tecnología de la comunicación puede generar ha sido calificada de “gran transformación” (Grossman, 1995:149).

A Internet se le ve como un vehículo de formación individual, estímulo de la participación cívica, instrumento de medición de la opinión pública, canal de facilitación del acceso de los ciudadanos a los funcionarios de la Administración, plataforma de foros públicos, mecanismo de simplificación del procedimiento de inscripción de los votantes, e incluso factor de estímulo del propio voto (Corrado/Firestone, 1996; Pavlick, 1996). Se le describe también como “una potente tecnología para una democracia de base”, llegando a afirmarse que “al facilitar la discusión y la acción colectiva de los ciudadanos, insufla vigor a la democracia” (Klein, 1995). Para algunos se

trata, en potencia, del "instrumento más poderoso con el que reorganizar la política de cuantos se han desplegado en los últimos cincuenta años" (Schwartz, 1996:5) y en esa línea algunas organizaciones están intentando ya desplegar procedimientos de información y participación a través de sus páginas electrónicas (Corrado/Firstone, 1996:6-7). En Estados Unidos, han aparecido libros como *How to Access the Federal Government on the Internet, 1997*, para guiar a los usuarios de Internet en la localización de páginas que puedan interesarles para mejorar su papel como ciudadanos activos (cfr. entre otros, Maxwell, 1996; Mann, 1995; Blackman, 1996).

En un aspecto incluso más decisivo, ciertos comentaristas atribuyen a Internet la capacidad de reestructurar las relaciones humanas en el conjunto del planeta solventando fastidiosos problemas económicos, sociales y políticos. En repetidas ocasiones el entonces Vicepresidente Al Gore ha venido dibujando un brillante futuro para Internet, o "la infraestructura global de información" como herramienta mundial de comunicaciones. En su discurso a la Unión Internacional de Telecomunicaciones, el citado Al Gore señalaba:

"Estas autopistas...nos permitirán compartir información, conectarnos y comunicarnos como una comunidad global. De tales conexiones derivará un robusto progreso económico sostenido y unas sólidas democracias; mejores soluciones a los retos medioambientales locales y globales, mejoras en la asistencia sanitaria y, en definitiva, un mayor sentido de protección compartida de nuestro pequeño planeta.

La Infraestructura de Información Global nos ayudará a educar a nuestros hijos y nos permitirá intercambiar ideas en el seno de cada comunidad y entre las diversas naciones. Servirá para que las familias y los amigos superen las barreras del tiempo y la distancia y hará posible un libre mercado global de información en el que los consumidores puedan comprar y vender toda clase de productos" (Discurso reimpresso en Johnson/Nissenbuam, 1995:621).

En su calidad de portavoz del gobierno de Clinton, Gore manifestaba que el conocimiento adquirido a través de la superautopista de la información "aceleraría la democracia participativa" garantizando así el acceso popular a la información vital para intervenir en la democracia representativa. Vislumbraba así una especie de conversación global "en la que todo el que quiera va a poder expresar su voz" (Ibid:625). La declaración de Gore refleja una apelación generalizada a La Red como marco de la democracia definitiva, ya que "ningún ordenador está por encima del resto. Ni IBM ni la Casa Blanca gozan de ninguna ventaja ante un despierto muchacho de 15 años que haya decidido establecer una determinada conexión. La clase social, la jerarquía o incluso la situación geográfica dejan de contar dentro de Internet" (*The Economist*, 1995).

De forma similar, el Presidente Clinton calificaba Internet como "nuestra nueva esquina de la calle". "Se aproxima el día en que todos los hogares estarán conectados a

La Red, formando ésta parte de nuestra vida normal de la misma manera que hoy lo están el teléfono o la televisión" (Mitchell, 1996:A26). Por su parte, el Senador John Ashcroft, de Missouri, sugería que la era de la información "reconfigura la forma en que los ciudadanos pueden comunicar y participar en nuestra democracia. Mientras Washington se resiste al cambio, las nuevas tecnologías e Internet aportan nuevas rutas para que la gente se involucre en cambiar el gobierno" (citado por Sheffner, 1996).

Las afirmaciones de quienes apuntan a una revolución cibernética en la participación política se pueden agrupar en tres categorías: de referencia a la información popular, a la comunicación entre ciudadanos y gobierno y al establecimiento de políticas públicas.

La promesa más extendida de Internet adquiere una dimensión doble: Por un lado, incremento de la información disponible por el ciudadano medio, y por otro, un mayor control individual sobre la información recibida. Combinadas ambas facetas auguran una auténtica capacidad de vigilancia cívica. Según el científico de la política Anthony Corrado, la resultante será "una democracia revitalizada cuya nota distintiva consistiría en una ciudadanía más activa e informada" (Corrado/Firestone: 1996:29). Por su parte, Howard Fineman (1997) opina que "el acceso a la información política quedará radicalmente democratizado".

Es evidente que la ciber-red permite ya el acceso de sus usuarios a una voluminosa cantidad de información en formato electrónico. Antes, el acceso a todo ese material hubiera requerido una amplia investigación y muchas horas de biblioteca. Pero el futuro presagia además la aparición de más información que, en gran medida podrá resultar de interés o aplicación a la política. Es asombrosa, asimismo, la magnitud de toda esa información que en la actualidad es de obtención gratuita: los resultados de las votaciones de los miembros del Congreso, los textos completos de las leyes, los acuerdos firmados por el Ejecutivo, los Tratados establecidos, discursos oficiales, las transcripciones de ruedas de prensa y un largo etcétera. A todo lo cual hay que añadir la plétora de fuentes noticiosas que pueden ahora conectarse en tiempo real.

Según ciertos comentaristas, los ciudadanos pertrechados con tal variedad de información estarán en condiciones de debatir de manera inteligente con los funcionarios para articular los asuntos de su interés (Rogers, 1986:237). Semejante interacción electrónica comienza a ser un detalle corriente entre los cargos públicos y los electores activos. El 13 de enero de 1994 el Vicepresidente Al Gore era el primer miembro del gobierno federal estadounidense que mantenía una conferencia de prensa en conexión directa con usuarios de Internet2 (Pavlick, 1996:168-69), siendo ya bastantes más políticos los que han mantenido este tipo de sesiones.

Según el antiguo presidente de la cadena pública PBS, Lawrence Grossman (1995:146), Internet está convirtiendo al tradicional público pasivo en activistas políticos: "En las cocinas, cuartos de estar, estudios, dormitorios o centros de trabajo la gente a lo largo y ancho de todo el país ha empezado a utilizar estos utensilios elec-

trónicos con finalidad política, consiguiendo quienes así los emplean una capacidad de intervención que nunca antes tuvieron”<sup>3</sup>.

Probablemente la mayor expectativa que despierta Internet es la posibilidad de que ayude al ciudadano medio a influir en las medidas públicas adoptadas. La implicación de las personas corrientes alterará el proceso de toma de decisiones, en opinión de algunos, al facilitar que la ciudadanía comunique de forma inmediata sus deseos a sus representantes. “Con sólo pulsar un botón, remitir unas líneas en tiempo real, o hablar a través del ordenador, la gente podrá decirle a su Presidente, senadores, diputados o líderes locales qué les reclaman que hagan y con qué orden de prioridades” (Grossman, 1995:149). Frente a las críticas de que este tipo de participación democrática resulta peligrosa, sus partidarios arguyen que, si la ciudadanía recibe la información adecuada, ella es capaz de cumplir eficazmente ese papel. La solución no consiste en negar una tecnología sino en educar al público sobre cómo cumplir sus deberes democráticos fundamentales (Ibid: 237-254).

## LA REALIDAD DE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA

El escenario anterior resulta muy estimulante en medio de una época de intenso pesimismo respecto a la capacidad real de la gente común de influir en la acción política. No obstante, la realidad de la participación política claramente choca con esa imagen. Tan elevadas expectativas parten de un supuesto bastante excepcional: la posibilidad de un cambio radical en el comportamiento humano. Anthony Corrado admite que el éxito de la nueva tecnología como instrumento democrático depende de “la apetencia de un número significativo de ciudadanos por aprovechar las extraordinarias nuevas herramientas para incorporarse a la formulación de un discurso político significativo, por transformarse en electores mejor informados y por ser partícipes de la vida cívica” (Corrado/Firestone, 1996:29).

Sin embargo, no hay constancia de que tal cambio vaya a producirse. El horizonte de un electorado activo, bien enterado, que recopila información y expresa sus opiniones por vía electrónica, es atinado para describir la situación de algunos individuos: aquellos que ya están políticamente interesados y motivados. Para este grupo, Internet va a significar un impresionante avance en el proceso de recopilar información, entrar en contacto con quienes establecen decisiones e, incluso, de llegar a definir políticas públicas.

Pero para la mayoría, mucho menos interesada en la política, tal escenario resulta irreal. Esta gente no va a sentirse atraída por un repentino deseo de acceder a la política y seguir el horizonte antes marcado, por el mero hecho de que existan determinadas innovaciones tecnológicas. Tal y como Russell Neuman (1991:109) ha observado, “en la mayoría de las controversias públicas, la masa de ciudadanos simplemente no gastará su tiempo en aprender más o comprender más a fondo, sin importar lo barato o útil que ese incremento de conocimiento pudiera resultar”.



Por descontado que algunos individuos se movilizarán. El cuadro de un ciudadano medio pertrechado de información y capaz de ejercer presión organizada sobre los cargos políticos, cambiando así el rumbo de las medidas adoptadas, resulta seductor. La mayor perspicacia y participación políticas forman parte de los logros ideales de las democracias. Incluso ese tipo de intervenciones suceden de hecho en la política estadounidense. Algunos activistas surgidos de manera repentina, como Candy Lightner y John Wals, se han convertido en propulsores de presión política, generalmente como consecuencia de algún suceso dramático sufrido en sus propias carnes<sup>4</sup>. Ciertamente que tales actuaciones deben ser respaldadas, aplaudidas y fomentadas. Pero son inusuales; auténticas excepciones que confirman la regla. Es más, ni siquiera se deben a la existencia de una nueva tecnología o la facilidad de disposición de una información.

Pero no nos confundamos. Esto no es un argumento para deshacerse de Internet, si ello fuera posible. Se trata más bien de una prueba de realismo: de situar Internet bajo el prisma del comportamiento humano real.

## PREFERENCIAS PERSONALES

En primer lugar, del hecho de que se facilite la obtención de información a más gente y de que se le proporcione a los individuos un mayor control sobre dicha información, no se desprende automáticamente la aparición de ciudadanos bien informados y políticamente implicados. Contra los augures de esa revolución cibernética, podría ocurrir que del segundo cambio indicado (el control personal) no se derivara en la práctica el efecto positivo supuesto en el primero (la información fácilmente disponible). Esto es así porque, por ejemplo entre los estadounidenses, la mayoría no opta por estar mejor informado políticamente ni por su mayor involucración pública, salvo en muy raras circunstancias. Con la excepción de los ya interesados en cuestiones políticas, la mayoría de la gente no se siente atraída por la información política aunque le resulte de fácil acceso. La mayoría de los adultos en Estados Unidos no siguen los informativos de las cadenas nacionales de televisión (cfr. Princeton Survey Research, 20-23 de febrero, 1997) y más de cuatro de cada diez no leen un periódico a diario (Consoli, 1997:18).

Como cuestión de partida, para mucha gente poder elegir significa optar por no conectarse a la red, ni ahora ni en el futuro. Tal y como describen diversos estudios, las personas de edades superiores tienen menor probabilidad que los más jóvenes de ser usuarios de Internet (hasta tres veces más que el resto, en los comprendidos entre 18 y 29 años, de echar un vistazo a páginas electrónicas de contenido político, según una reciente encuesta). Ello indica que la generación más joven muestra mayor familiaridad e interés por utilizar Internet para recabar información política, tal y como muestran diversos informes del "Freedom Forum Media Studies Center". Pero incluso entre los menores de treinta años, más de un 60% no utiliza La Red con regularidad. Por tanto, muchos de los adscritos a la "generación Internet" han escogido el no estar conectados (NBC News, *Wall Street Journal Survey*. 12-15 de septiembre, 1996).

Es muy probable que grandes bolsas de población jamás lleguen a conectarse. Así ha ocurrido con la televisión por cable, donde, a pesar de que el 99% de los hogares estadounidenses (91% de la población) tiene acceso a esta tecnología, un tercio de la población, según estadísticas del Censo Nacional, declina la oferta de engancharse. Las razones de la desidia hacia Internet pueden ser diversas, como falta de tiempo, sensación de incapacidad de manejo técnico o negativa a pagar por ello, pero al final el resultado es el mismo.

Por supuesto que quienes sí se han conectado encuentran utilidad en Internet, pero no para actividades políticas. Un sondeo realizado en 1996 durante la campaña electoral, cuando el interés político entre la gente suele estar en su zénit, descubrió que sólo el 6% de los votantes había accedido a páginas políticas electrónicas y menos del 1% tuvo en cuenta información electoral obtenida en La Red. Es indudable que tales cifras se incrementarán, a medida que aumenten los usuarios del ciberespacio. Pero conforme crece el número total de usuarios se reduce comparativamente la proporción de los que utilizan la red en busca de noticias e información. Por ejemplo, mientras a comienzos de 1996 el porcentaje de usuarios de Internet en Estados Unidos que estaban inscritos como votantes era el 92%, en diciembre de 1997 ese porcentaje había descendido al 82%, según el "Octavo WWW User Survey". Mientras la mayoría de los cibernautas de larga duración se conecta para obtener más detalles de las informaciones periodísticas tradicionales, sólo lo hacen el 34% de los nuevos usuarios (aquellos que se han incorporado en los últimos seis meses). Los nuevos cibernautas están más interesados en información ajena a la política, como amiedades y deportes (según un informe del Pew Research Center, de 1996). Del mismo modo, estos nuevos usuarios tienen menor tendencia a utilizar el correo electrónico con finalidad política.

En consecuencia, incluso muchos de quienes están conectados a La Red deciden hacerlo por razones alejadas del ámbito político. Para ellos Internet cumple una función laboral, les satisface como instrumento de comunicación personal o de entretenimiento, pero no significa un mecanismo de participación política.

## REPRESENTATIVIDAD

Teniendo en cuenta lo dicho hasta aquí, no debiera sorprender el averiguar que los usuarios de Internet no resultan representativos de la población general, y ello es especialmente cierto en el caso de quienes utilizan La Red para recopilar noticias políticas. No está del todo claro hasta qué punto son diferentes en términos políticos los usuarios de Internet frente a quienes no lo son, pero sí hay algunas pistas que indican una apreciable diferencia. Según el estudio antes aludido del Pew Research Center, de 1996, el 38% de los usuarios de Internet tenían ingresos económicos superiores a los 50.000 dólares anuales, frente al 22% de la población general situada en esa franja. Los habitantes de zonas rurales constituyen el 21% de la población estadounidense, mientras que sólo significan el 14% de los internautas. A su vez, mientras un tercio de la población tiene menos de 35 años, en ese grupo de edad está el

---

50% de los usuarios de La Red, existiendo también un desajuste de sexo: el 57% de los usuarios son varones mientras que sólo el 46% de la población total lo es (según datos de la empresa Wirhtlin Worldwide para 1996).

Los datos también apuntan a la falta de representatividad en términos políticos, si bien no queda claro en qué dirección ideológica. Por ejemplo, según un sondeo realizado durante la campaña presidencial de 1996, los internautas tendían más que el público general a declararse republicanos o independientes y a apoyar a Robert Dole, si bien otra encuesta marcaba una predominancia entre los internautas de posiciones de izquierda o libertarias (un 27% autocalificados de "liberales de izquierda", y un 25% de "libertarios").

Pero las tendencias de partido e ideología no constituyen el único factor diferenciador. Los internautas muestran mayor conocimiento de la política. Durante 1996, el 71% de los usuarios estadounidenses eran capaces de reconocer a Bob Dole como el candidato que había propuesto un recorte del 15% en los impuestos, mientras que sólo el 59% del público general acertaba esto. Los internautas, asimismo, denotan mayor activismo político que la media nacional, tienen mayor tendencia a discutir de política con su familia y amigos, o a contactar con las autoridades mediante cartas o correos electrónicos para tratar un problema. Muestran además mayor inclinación a intentar convencer a otras personas para votar a favor de un candidato y suelen estar inscritos como votantes con mayor habitualidad que la población general (diez puntos más que la media nacional, según otra encuesta). Pero teniendo en cuenta que los usuarios de Internet muestran mayor predisposición a votar que el promedio, esto último tampoco puede extrañar.

Otra disparidad observada entre internautas y público general se refiere a sus respectivas impresiones sobre la eficacia de la propia actividad política. Los usuarios de la red sienten una mayor capacidad personal de incidir en el proceso político, lo que a su vez puede explicarse por el mayor porcentaje de internautas pertenecientes a las categorías socioeconómicas superiores (Davis/Owen, 1998).

Una limitación fundamental para que los usuarios de Internet pudieran ser considerados en representación de todo el público es que ciertos sectores de población se abstienen del medio. Una parte, por decisión personal de no conectarse, sobre todo en relación con temas de política, tal y como ya se ha dicho. Pero también hay gente que no puede conectarse por razones económicas. Las comunidades virtuales suponen una opción inalcanzable para ciertos grupos, como es el caso de los habitantes de la mayoría de los países pendientes de desarrollo, así como todos los pobres de las naciones ya industrializadas. Incluso dentro de Estados Unidos, los pobres, grupos minoritarios, la población rural y la gente de edad avanzada tiene, cuando menos, peores probabilidades de acceder a La Red. Dichos grupos sin respaldo siguen coexistiendo con las nuevas tecnologías (Pavlick, 1996:310-311, y 337-340).

La preocupación por la accesibilidad a las nuevas tecnologías, incluida Internet, de estos sectores con menores recursos económicos viene planteada ya de lejos. La Pla-

taforma de Políticas de Telecomunicación ("Telecommunications Policy Roundtable"), por ejemplo, un consorcio que agrupa a 71 entidades sin ánimo de lucro recomendó que los responsables de la puesta en marcha de las autopistas de la información garantizaran, entre otros objetivos, los siguientes:

1. El acceso gratuito a toda la sociedad.
2. La existencia de unas "Cámaras de los Comunes" electrónicas de debate público.
3. Un libre mercado de ideas accesible a todo el público y no limitado por concesionarios privados.

Incluso si tales objetivos pudieran lograrse es poco probable que surgiera una riada de gente ansiosa por participar en los debates de la "Cámara de los Comunes" electrónica. Es difícil de imaginar que una buena parte de esa gente de grupos en situación de inferioridad se tomaran el tiempo o el esfuerzo de intervenir en dichos foros. Y ello es así, no porque esta gente no pueda desear una incorporación participante, en caso de que las circunstancias fueran diferentes a las actuales. Sino porque, más bien, la utilidad de tal participación no resulta evidente; sobre todo teniendo en cuenta que otras necesidades vitales –como lograr algunos ingresos, sacar adelante una familia o garantizarse un nivel de vida al menos modesto–, resultan más apremiantes.

## LOS NUEVOS MEDIOS Y LA POLÍTICA

Internet es la última de una larga serie de grandes innovaciones tecnológicas en materia de medios de comunicación de masas (que en buena medida han ido apareciendo a lo largo del siglo XX). Cada una de estas nuevas tecnologías, además, ha sido anunciada como un avance decisivo para la información pública y la participación política. Una historiador de la radiodifusión ha llegado a escribir, incluso, que "desde la noche de los tiempos, cada nuevo medio de comunicación ha tendido a socavar un viejo monopolio, trastocando las definiciones de bondad o grandeza y alterando el clima vital de los hombres" (Barnouw, 1966; vol.1:3). La esperanza de efectos positivos de los nuevos medios sobre la política implica una visión democrática de la misma; es decir, la suposición de que las nuevas tecnologías de la comunicación de masas reforzarán la participación política al incrementar la cantidad de información disponible para la intervención de las masas y, en consecuencia, se estimulará la movilización. Las tecnologías de comunicación interactiva portan las mayores promesas al respecto, dado que ofrecen la posibilidad, en teoría, de auscultar la opinión pública y registrar con claridad las decisiones de las masas. Descentralizan la comunicación, asimismo, con el resultado de desbaratar las relaciones jerárquicas y fomentar la igualdad entre los comunicantes (Rogers, 1986:187).

El presupuesto de esta tesis es que la tecnología de las comunicaciones instaura una plataforma para un movimiento populista que revolucionará la participación política de masas (cfr. por ej. Laudon, 1977). Es obvio que también ha habido voces disi-

dentes al respecto, que ven las nuevas tecnologías como destructivas (como por ejemplo Ellul, 1967) o cuando menos preñadas de rasgos con efectos negativos (Postman, 1985 y 1992; Rotenstreich, 1972, entre otros). Pero el retrato histórico tiende a mostrar grandes expectativas a favor de la influencia benéfica de las nuevas tecnologías.

El periódico fue el primer medio en ser aclamado como un avance crucial para la información del ciudadano, y en definitiva para su participación. Publicados por primera vez al comienzo del siglo XVII, aquellas hojas asabanadas, como se presentaban inicialmente, fueron contempladas como una tecnología "que iba a transformar la sociedad al brindar a las gentes de todas partes un mejor servicio de información... la prensa periódica... se convirtió en la espada afilada que el hombre blandía en su batalla contra la ignorancia, el aislamiento, la superstición, la autocracia, la falta de rumbo y la incomprensión. Simplemente se constata un hecho al afirmar que la prensa periódica, y en particular los diarios, trajeron una nueva igualdad a los hombres y pusieron el mundo en perspectiva" (Desmond, 1978:57 y 432-433).

De forma parecida, las primeras palabras de Anne Ellsworth al utilizar el nuevo invento de Samuel Morse, el telégrafo, ("Lo que ha forjado Dios"), aluden a una nueva era en la historia de la especie humana (Briggs y Maverick, 1858:26). El telégrafo fue un instrumento diseñado para unir a las naciones. "Dentro de no mucho tiempo llegará una era en que la totalidad de la superficie de esta país estará canalizada con estas líneas nerviosas que permiten difundir, a la velocidad del pensamiento, el conocimiento de todo lo que ocurre a lo largo de todo el territorio, convirtiendo de hecho al país completo en un vecindario" (citado en Lebow, 1995:1).

Pero ha sido el siglo XX el que ha resultado más activo en el desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación. Las sucesivas innovaciones fueron sucediéndose y superándose unas a otras, obteniendo un rápido respaldo público y aclamación, en tanto que nuevas herramientas de reconfiguración de las estructuras de poder. Comprensiblemente, esta edad ha sido denominada "la revolución de las comunicaciones"<sup>5</sup>. A principios del siglo la radio sin hilos fue recibida con los mismos elogios que el periódico y el telégrafo. La llegada de la radio fue calificada de "nuevo milagro" (Desmond, 1978:370) y su potencialidad resultó incluso superior a la de los anteriores adelantos, al superar la barrera del alfabetismo. A medida que los aparatos receptores se hacían más portátiles y que los grupos emisores proliferaban por todo el globo, la radio acabó siendo percibida como un avance fundamental para suministrar información a un público carente de ella; con la ayuda de las cadenas emisoras el medio llegó a ofrecer una verdadera comunicación de masas a cientos de millones de personas simultáneamente.

La televisión siguió de cerca la estela de la radio. Al permitir a la audiencia ver con sus propios ojos, el nuevo sentido incorporado facilitaba en cierta medida la mejora de la comprensión del público y su elevación cultural. Además, la televisión reflejaría

la verdad, a diferencia del filtrado que realiza la prensa. En 1939, durante la Feria Mundial de Nueva York, David Sarnoff calificó la televisión de "una antorcha de esperanza para un mundo problemático"; por su parte, un emisor local de televisión predijo que "la más extraordinaria de las contribuciones al futuro de la democracia que cabría esperar de la televisión, será su inigualable utilidad como instrumento de información pública" (citado por Kisseloff, 1995:51 y 171). A continuación llegó el cable coaxial, el enlace terrestre que permitió a los espectadores de televisión pasar de cinco o seis canales de recepción a 40 ó 50, e incluso 100. A comienzos de los años setenta se consideró la televisión por cable "a punto de efectuar una revolución en las comunicaciones" (Smith, 1972:2).

Desde el punto de vista político, la televisión por cable expandió el rango de opciones de contenidos al ofrecer, sobre todo a través de cadenas como CNN y C-SPAN (el canal de retransmisiones y presentación de actividades del Congreso de Estados Unidos), un acceso en directo y sin filtros intermediarios a la actividad política y de toma de decisiones. Las audiencias de las comisiones parlamentarias, los discursos de los candidatos a la presidencia, los debates electorales o las conferencias académicas se convirtieron, todas ellas, en actividades contemplables por millones de estadounidenses a lo largo y ancho del país. El cable, a diferencia de la radio o la televisión, no era un medio de comunicación específico, ya que se trataba en realidad de la ampliación de otro ya existente: la televisión. Sin embargo, dicha ampliación, combinada con la difusión por satélite, tuvo un tremendo impacto sobre la difusión televisiva. La televisión por cable y satélite han de ser contempladas al alimón ya que en los últimos veinte años la historia de la industria televisiva ha girado en torno a la combinación del cable y el satélite para ampliar la oferta de programas difundidos por televisión, mucho más allá de los estrechos confines de unas áreas comerciales marcadas, mediante unas cuantas frecuencias de emisión por ondas hertzianas o terrestres.

En cada uno de los casos descritos, el medio recién llegado era contemplado como una amenaza para el viejo orden y un instaurador de un nuevo marco basado en la nueva tecnología. Un ensayista ha denominado la tecnología de la información "el motor esencial de la díscola democracia del ya finalizado siglo veinte, en la que se premia la individualidad y donde la gente no tolerará más el ser peones de las grandes instituciones o un mercado de masas (McKenna, 1995:36). Sin embargo, no es esto lo que realmente ha ocurrido. Los medios preexistentes no han sido liquidados. Las estructuras de poder no se han desmoronado. El público no se ha alzado para convertirse de repente en un poderoso interlocutor, vis a vis, con los medios o el Gobierno. Al contrario, la reacción ha sido bastante diferente. Ante cada innovación en la historia de la comunicación de masas, los medios preexistentes y otros actores sociales se han adaptado a las nuevas tecnologías y se han incorporado a ellas. En lugar de perder poder lo han retenido. E incluso algunos podrían argumentar que lo han incrementado.

(...) (En efecto, por lo que se refiere a la historia de la radio) en lugar de convulsionar el balance de poder existente, la radio se convirtió en un instrumento en

manos de los actores sociales ya establecidos: periódicos, grupos de interés, sector empresarial e incluso el Gobierno (...) La siguiente innovación, la televisión, recibió un tratamiento similar (...) Para mediados de los setenta, la cuarta parte de todas las emisoras de televisión de VHF de Estados Unidos pertenecían a grupos cuya cabecera era algún periódico, mientras otro veintiuno por ciento era propiedad de grupos de radiodifusión. Las cadenas nacionales eran por su parte propietarias o programadoras en un tercio de las estaciones locales que emitían en las diez principales zonas comerciales del país. La rápida expansión de la televisión por todo Estados Unidos en los años cincuenta suscitó la cuestión de su presencia en las elecciones. Algunos candidatos minoritarios contemplaron el nuevo vehículo comunicativo como un mecanismo de establecer contacto con una audiencia masiva. Pero el Congreso promulgó la norma del Tiempo Igualitario (conocida como la normativa o Sección 315), como vía de eliminación de estos candidatos en las emisiones lanzadas al aire. Aunque a los emisores se les exigía facilitar un "acceso igualitario", ello no significaba ni tiempo gratuito ni siquiera el más mínimo tiempo de antena o cobertura. Como resultante de esa norma, los programadores de radiotelevisión, comprensiblemente desde su punto de vista, optaron por vender el tiempo en lugar de distribuirlo. Teniendo en cuenta que otros candidatos distintos de los de los partidos Demócrata y Republicano rara vez disponían de los recursos económicos necesarios para comprar tiempo de antena, la normativa 315 excluyó en la práctica a los candidatos de los partidos minoritarios. Además de eso, los espacios de noticias y documentales de actualidad quedaron exentos de tener que aplicar el requisito del tiempo igualitario. Al igual que la radio, la televisión fue un medio con expectativas revolucionarias que, como la radio, no provocó ninguna revolución política o popular.

(...) (Por lo que respecta al cable), al comienzo de los años 80 la inmensa mayoría de los operadores de cable estaban vinculados a grupos multimedia (...) Dada la pléthora de canales disponibles, la estrategia de los mismos hubiera debido ser de "selectividad" o dirigida a audiencias muy específicas —como niños, cristianos evangelistas, hispano parlantes o afroamericanos—, en lugar de "ampliación" o estrategia masiva, que había sido el método característico de los productores de las grandes cadenas. Sin embargo, las redes locales de cable no estaban diseñadas para competir con la capacidad de producción de las grandes cadenas. Sus operadores eran mecánicos y técnicos, no productores. Por ello germinaron los canales por satélite para generar los contenidos que requerían este tipo de estaciones locales. Las empresas HBO y CNN, dedicadas al entretenimiento y las noticias, respectivamente, fueron de los pioneros en el escenario del cable, seguidos rápidamente por otros como grandes superestaciones (...) Christian Broadcasting Network, Nickelodeon y Discovery Channel (entre otros) (...) El éxito del cable y el satélite atrajo naturalmente el interés de los grandes conglomerados ya existentes, que invirtieron en las nuevas tecnologías. CNN y TBS fueron la creación de Ted Turner, propietario de la radiotelevisión WTBS de Atlanta. La firma Time Inc. financió el éxito de HBO y la cadena NBC lanzó su propia red de cable CNBC. Ciertos grupos sociales también entraron en el mercado del cable. El reverendo Pat Robertson lanzó el Christian Broadcasting Network, que más adelante pasó a llamarse Family Channel. Los hispanos pusieron en marcha

Univisión, Galavisión y Telemundo, todos ellos en castellano, y el grupo BET se dirigió a los afroamericanos. Los canales de cable se convirtieron en el ámbito de los grupos étnicos y raciales (Davis, 1996:9-11). La historia del cable se acabó pareciendo a la de otras tecnologías pioneras. Como la radio y la televisión antes, el cable se convirtió en un foro de los actores mediáticos preexistentes para prolongar su protagonismo en la sociedad y la política estadounidenses (...).

## EL MEDIO MÁS RECIENTE

La última incorporación a este panteón de innovaciones tecnológicas de la comunicación, la más nueva de todas, es Internet. En realidad, Internet no es tan reciente como parece y presenta de hecho una historia bastante más larga de la habitualmente conocida. Internet se formó en 1969 en la Universidad del Sur de California (USC) para usos exclusivos de la defensa nacional, como vía de conexión entre varias redes locales de ordenadores a través de "compuertas" o sistemas de enlace. Desde el primer momento, el Departamento de Defensa (DOD) se convirtió en la espina dorsal del sistema, si bien otras instancias gubernamentales como la Fundación Nacional de la Ciencia o la NASA se unieron a continuación, así como determinados centros de investigación vinculados sobre todo a proyectos de defensa (cfr, por ejemplo, Kahn, 1995).

Los proveedores comerciales independientes comenzaron a ofrecer información por conexión cibernética en los años setenta para dar servicio a clientes especializados. En 1973 la empresa Mead Data Central colocó a disposición de sus usuarios el servicio de información en red sobre documentación legal denominado "Lexis". La empresa Westlaw aportó un servicio similar en 1975 y cinco años más tarde al servicio de "Lexis" se le añadía "Nexis", dedicado a información periodística proveniente de los medios impresos y recuperable en texto completo. La empresa CompuServe fue la primera en suministrar servicio de acceso a la conexión en la red en 1979 (Pavlick, 1996:151) y a ella le siguieron otras empresas como American Online, Prodigy o MSN (Microsoft Network). Para 1997 American Online alardeaba de contar con 8 millones de suscriptores, mientras que CompuServe disponía de 5 millones y MSN, de 2 millones (según datos en la revista Time, "Where You Can Connect", 10-II-97). Dichos servicios de conexión a la red fueron de hecho seguidos por una larga serie de proveedores locales de acceso.

A finales de los ochenta el Departamento de Defensa había creado otra red cibernética separada para la malla de enclaves o "sitios" electrónicos de la investigación militar. Simultáneamente, aunque no de forma independiente la parte no militar de Internet comenzó a prosperar con el respaldo de la Fundación Nacional de la Ciencia. A finales de los ochenta las instituciones académicas y los centros de investigación constituían una gran proporción de los usuarios y mantenedores de Internet. Sin embargo, poco después las entidades comerciales comenzaron a incorporarse. A mediados de los noventa, con la introducción de la "World Wide Web" (www) brotaron por todas partes los usuarios comerciales y se convirtieron en los consumidores



predominantes de Internet. La financiación gubernamental, que inicialmente constituyó el núcleo del sostenimiento de Internet quedó suprimida por esos mismos años y una trama de proveedores de acceso cibernético se convirtió en la espina dorsal de Internet.

Pero el más novedoso de los medios, dada su naturaleza polifacética, resulta cualitativamente diferente de las tecnologías anteriores. Parece especialmente bien configurado para servir como foro de participación política ya que presenta rasgos nunca antes disponibles y desde luego nunca antes conjuntamente reunidos. Una de esas características estriba en suministrar transmisión y recepción masiva y simultáneamente interactiva, lo que en gran medida le asemeja al teléfono con el añadido excepcional de una gran línea de multicharla. En los canales de charla ("chats"), por ejemplo, la gente puede conversar interactivamente con grandes conjuntos de participantes. La Red borra así las distinciones entre emisores y receptores y a diferencia de los públicos o audiencias de la prensa, radio, televisión, cable o satélite, los usuarios de Internet pueden simultanear el envío y la recepción masiva de mensajes.(...) Otra de las barreras suprimidas por Internet es la que existía entre la comunicación de masas y la interpersonal. Los usuarios ahora pueden remitir un mensaje privado a un solo receptor o transformar instantáneamente ese mismo mensaje en comunicación de masas mediante su envío a un grupo de discusión. Internet pertenece al rango de los medios que son todo en uno. (...)

Ante estas características es lógico suponer que el potencial de Internet para revolucionar las relaciones entre los ciudadanos y el Gobierno es superior al de cualquier otro medio tradicional (...) Los oyentes y telespectadores no podían responder a través de esos medios (...) El cable sí disponía de la capacidad de comunicación en la doble dirección, pero tales experimentos estuvieron limitados a pequeñas comunidades e inevitablemente no llegaron a cuajar ni siquiera dentro de esas zonas. Como medio de comunicación de masas bidireccional, que permite a sus usuarios recibir noticias e información al mismo tiempo que transmitir mensajes y participar en coloquios públicos, Internet distribuye el poder mediante la diseminación de información y el debate público. Dicha capacidad está a disposición de los grupos de presión (o "lobbies") manifiestos lo mismo que de las personas individuales en defensa de sus propios intereses políticos. Esta tecnología podría incluso facilitar la más formal de las expresiones del público: el voto.

Todo ese potencial ha impulsado a los observadores a sacar en conclusión que Internet es el instrumento del pueblo: que incrementará la participación de las masas por su simplificación no sólo del acceso a las noticias e información en general, sino por su sencillez y rapidez a la hora de entablar procesos de comunicación con quienes toman decisiones institucionales, o si se quiere entrar a formar parte de un grupo de debate público. A la vista de una democracia que afronta un abrupto declive en participación electoral y en actividad comunitaria, y que se encuentra inmersa en una rampante marea de pesimismo y desconfianza hacia las instituciones y actividades gubernamentales, una mayor participación de las masas en el sistema político, incluso a través de medios electrónicos, es ampliamente considerada como un beneficio público.

Se sostiene, además, que la nueva comunicación electrónica desplazará el poder desde las élites a la gente corriente. Un partidario de esa idea aventura que los ciudadanos menos activos y menos expresivos "tienen también opiniones y en una democracia deben disfrutar del derecho igualitario de ser escuchados. La nueva tecnología de la información puede situarlos a ellos también en pie de igualdad por primera vez en la vida" (McLean, 1989:94). Tal predicción ocurrirá debido a que Internet carece de estructuración. Este medio ha sido descrito como "un entorno de libre expresión esencialmente carente de regulación, gobernado como mucho por protocolos ad hoc y hábitos informales" (Corrado y Firestone, 1996:22). El gran caos ahí existente ofrece la oportunidad de una democracia real. "Lo que se vislumbra es que la red se ha convertido en algo tan complejo y descentralizado que ninguna estructura de poder puede controlarla" (Doheny-Farina, 1996:77).

Pero en términos del papel que le será adjudicado en el futuro, Internet es bastante similar al de los precedentes avances tecnológicos. Será tratada como otras tecnologías; es decir, como un instrumento por el que los actores preexistentes continuarán su protagonismo.

## INTERNET Y LA POLÍTICA ESTADOUNIDENSE

Al igual que otras nuevas tecnologías, Internet ha generado un vacío que necesita ser llenado. El vacío es la organización de esta nueva tecnología. Por su novedad y dado que sus aplicaciones siguen aún indefinidas, toda nueva tecnología ofrece la oportunidad a los actores existentes de definirla y moldearla. Tal y como Kenneth Laudon ha declarado (1977:19), "cada tecnología impone restricciones sobre quién tiene acceso a la potencial información y quién controla su circulación: lo que podemos denominar 'el modo de organización'". El aparente caos de Internet producirá un modo de organización que beneficiará a los actores sociales capaces de conferirle una estructura y un sentido para el ciudadano medio. El vacío es en este caso superior al de otras innovaciones por la forma en la que Internet se ha desarrollado. Aunque fue creado bajo los auspicios del Departamento de Defensa, rápidamente se transformó en una red de redes que, como una rueda sin engranaje, giraba sin el gobierno de ningún supervisor o moderador central. Cualquiera podía crear un punto de información o un enclave en la red de navegación. Las reglas esencialmente fueron "nada de reglas". Cuando en algún momento algunos reguladores intentaron fijar reglas se encontraron con la ausencia de mecanismos de represión, un rasgo que ellos mismos incoherentemente alabaron.

Internet está en una situación similar a la de la radio en sus momentos iniciales. Los empresarios podían crear emisoras y transmitir en cualquier frecuencia que desearan. Las reglas de transmisión no existían. Sólo cuando el Gobierno federal intervino fue cuando se creó el orden. Durante bastante tiempo la anarquía de Internet ha sido considerada entre los usuarios como una virtud esencial del medio y pretendían preservar Internet como "la última frontera". Manifestaban que Internet no sería lo que

es sin tal relajación. Según Sheizaf Rafaeli (en Newhagen y Rafaeli, 1996:5), debido a su propia historia, la carencia de estructura es inherente a este medio: "Su principio organizativo estriba en no tener organización o atenerse a una deliberada y relativamente ordenada anarquía". Además, muchos de los usuarios de ya largo recorrido contemplan esa desorganización como la vía de evadir el control central, la intervención gubernamental y, en último término, la censura.

Sin embargo, tal falta de estructura constituye una importante queja de los nuevos usuarios de Internet en la actualidad. Los usuarios padecen la sobrecarga informativa y muchos de los recién incorporados al medio consideran tal falta de organización como una limitación. Un analista expresaba conscientemente esta queja comentando que "no hay ningún mapa de todo este desorden, ni siquiera algún promontorio sobre el que elevarse para captar alguna orientación. Tienes que andar a tientas, husmeando y cribando, aprendiendo a base de ensayo y error" (McGrath, 1996:82). Pero peor aún, el caos de Internet, lo que constituye su virtud redentora para muchos de sus veteranos usuarios puede convertirse en su ruina con la llegada de los usuarios medios. Esto podría relegar Internet al mismo destino de las bobinas informáticas de ocho pistas o el de otras innovaciones informáticas demasiado especializadas. El desorden de Internet significa una gigantesca barrera para su expansión, sobre todo como herramienta política. Por ejemplo, mientras el uso de Internet ha ido creciendo, no lo ha hecho su utilización con fines políticos. En enero de 1996, el 8% de los adultos estadounidenses declaraban conectarse al menos uno o dos días por semana para buscar información política y de actualidad. Pero incluso en un año electoral esa proporción permanecía invariable seis meses más tarde —según datos del Pew Resesarch Center de septiembre de ese año—.

Sin embargo tal predestinación no detendrá a este medio. Por el contrario, Internet será insuflado de estructura. De hecho tal proceso ha comenzado ya bajo cuerda y se irá acelerando. Un analista ha denominado al período actual "la adolescencia de Internet" (McGrath, 1996:80-85). En esta etapa el medio ha prosperado merced al caos y ha gratificado sobre todo a los ilusionados aficionados de la informática, esa gente que disfrutaba perdiendo el tiempo brujuleando por la red, como el bañista que corta las olas con su tabla de "surf", y confiaba en la suerte casi mágica para descubrir los más novedosos e interesantes "bits" de información. En contrapartida otros están interesados en utilizarlo pero no tienen el tiempo o la inclinación para perder horas echando una ojeada y pueden desentenderse del medio si no encuentran valioso el tiempo invertido.

Sin embargo, en lugar de fomentar tal abandono Internet se encaminará hacia una responsable madurez a medida que se vaya puliendo y estructurando. La estructura será aportada por los mismos actores sociales que confieren estructuración a la difusión de noticias y de información general fuera de la red. Estos actores no son otros que los medios periodísticos tradicionales, los grupos de presión consolidados, los candidatos y las instituciones gubernamentales.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Barnouw, Erik (1966) *A Tower in Babel: A History of Broadcasting in the United States*. New York. Oxford University Press.
- Barrett, Daniel (1995) *Bandits on the Information Superhighway*. Bonn. O'Reilly and Associates.
- Blackman, Josh (1996) *How to Use Internet for Legal Research*. New York. Find/SVP.
- Briggs, Charles/ Maverick, Augustus (1858) *The Story of the Telegraph and the History of the Great Atlantic Cable*. New York. Rudd and Carleton.
- Colman, Fred (1997) "A Great Lost Cause: France vs. The Internet". U.S. News and World Report. 21-Abril.
- Consoli, John (1997) "Good News, Bad News", Editor and Publisher, 3 de mayo.
- Corrado, A./ Firestone, Ch., eds. (1996) "Elections in Cyberspace: Towards a New Era in American Politics". Washington, D.C. Aspen Institute.
- Davis, Richard (1996) *The Press and American Politics: The New Mediator*. Upper Saddle River (NJ). Prentice-Hall.
- Davis, Richard/ Owen, Diana (1998) *New Media and American Politics*. New York. Oxford University Press.
- Derry, Mark (1996) *Escape Velocity: Cyberculture at the End of the Century*, New York: Grove Press.
- Desmond, Robert (1978) *The Information Process: World News Reporting to the Twentieth Century*. Iowa City. Iowa University Press.
- Doheny-Farina, Stephen (1996) *The Wired Neighborhood*, New Haven: Yale University Press.
- Ellul, Jacques (1967) *The Technological Society*. New York. Vintage.
- Fineman, Howard (1997) "Who Needs Washington?", Newsweek, 27 de enero, p. 50.
- Frantzich, Stephen/ Sullivan, John (1996) *The C-Span Revolution*. Norman. University of Oklahoma Press.
- Gordon, George (1977) *The Communications Revolution: A History of Mass Media in the United States*. New York. Hastings House.

- Grossman, Lawrence (1995) *The Electronic Republic*. New York. Penguin Books.
- Harris Poll (1998) Sondeo de 18-Febrero.
- Jackson, David S. (1997) "AOL Buys Some Time", *Time*, 10-Febrero, p. 50.
- Johnson, Deborah/ Nissenbuam, Hellen (eds.) (1995) *Computers, Ethics and Social Values*. Englewood Cliffs, NJ. Prentice Hall.
- Jones, Stephen (1995) *Cybersociety: Computer Mediated Communication and Community*. Thousand Oaks, CA. Sage.
- Kahn, Robert (1995) "The Role of Government in the Evolution of Internet", en National Academy of Engineering, *Revolution in the U.S. Information Structure*. Washington. National Academy Press.
- Kisseloff, Jeff (1995) *The Box: An Oral History of Television, 1920-1961*. New York. Penguin Books.
- Klein, Hans (1995) "Grassroots Democracy and the Internet: The Telecommunication Policy Roundtable-NorthEast (TPR NE)". Artículo presentado a la Internet Society. 1995 International Networking Conference. Honolulu, Hawaii, 28-30 de junio. [Http://ralph.gmu.edu/~pbaker/klein.txt](http://ralph.gmu.edu/~pbaker/klein.txt)
- Laudon, Kenneth (1977) *Communications Technology and Democratic Participation*. New York. Praeger.
- Lebow, Irwin (1995) *Information Highways and Byways: From the Telegraph to the 21st Century*. New York. IEEE Press.
- McKenna, Regis (1995) "Stalking the Information Society", *Upside*, Enero.
- McLean, Ian (1989) *Democracy and New Technology*. Cambridge. U.K. Polity Press.
- Mann, Bill (1995) *Politics on the Net*. Indianapolis, IN:Que.
- Maxwell, Bruce (1996) *How to Access the Federal Government on the Internet, 1997*. Washington, D.C. CQ Press.
- McAllester, Mathew (1997) "New Scrutiny for Troubled AOL", *Newsday*, 24-Enero, p.A6.
- McGrath, Charles (1996) "The Internet's Arrested Development", *New York Times Magazine*. 8-Diciembre.
- Media Studies Center , "Survey Profiles Voter's Use of Media". Freedom Forum News Advisory, en [www.mediastudies.org/new.html](http://www.mediastudies.org/new.html)

- Mitchell, Allison (1996) *"They See the Future and It Works for Them"*, The New York Times, 11 de octubre, p.A26.
- Moore, Dinty (1995) *The Emperor's Virtual Clothes: The Naked Truth about Internet Culture*. Chapel Hill (NC). Algonquin Books.
- Newhagen, John/ Rafaeli, Sheizaf (1996) *"Why Communication Researchers Should Study Internet"*, Journal of Communication. Winter.
- Neuman, Russell (1991) *The Future of the Mass Audience*. Cambridge, Eng. Cambridge University Press.
- New Media Age (1998) *"Advertising Revenues Keep Rising"*. Abril, 9. p. 11.
- Parks, Malcolm/ Floyd, Kory (1996) *"Making Friends in the Cyberspace"*, Journal of Communication. Winter.
- Pavlick, John (1996) *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives*. Boston. Allyn and Bacon.
- Pew Research Center (1996) *"One-in-Ten Voters Online for Campaign'96"*, Summary. En [www.people-press.org/tech96sum.htm](http://www.people-press.org/tech96sum.htm)
- Pew Research Center (1998) *Informe*. 23-Enero.
- Postman, Neil (1985) *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Showbusiness*. New York. Penguin. (Ed. En castellano: Badalona. Ediciones de La Tempestad. 1991).
- Postman, Neil (1992) *Technology*. New York. Alfred Knopf.
- Power, Sarah (1981) *The Communications Revolution*. Washington, D.C. U.S. Department of State, Editorial Division.
- Randall, Neil (1997) *The Soul of Internet: Net Gods, Netizens and the Wiring of the World*. London, Boston: International Thomson Computer Press.
- Rheingold, Howard (1993) *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Rogers, Everett (1986) *Communication Technology: The New Media in Society*. New York. Free Press.
- Rotenstreich, Nathan (1972) *"Technology and Politics"*, en Carl Mitcham y Robert MacKey (eds.) *Philosophy and Technology: Readings in the Philosophical Problems of Technology*. New York. Free Press.

- Smith, Ralph Lee (1972) *The Wired Nation*. New York. Harper and Row.
- Smolan, Rick/ Erwit, Jennifer (1996) *24 Hours in Cyberspace: Painting on the Walls of the Digital Cave*, New York: McMillan.
- Schwartz, Edward (1996) *Netactivism: How Citizens Use the Internet*. Sebastopol, CA. Songline Studios.
- Sheffner, Benjamin (1996) "Term Limits Lobbying on the Net...", *Roll Call*, 11 de abril.
- Stoll, Clifford (1995) *Silicon Snake Oil: Second Thoughts on The Information Superhighway*. New York. Doubleday.
- Talbot, Steve (1995) *The Future Does Not Compute: Trascending the Machines in Our Midst*, Sebastopol, CA.: O'Really and Asoc.
- Tapscott, Don (1996) *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- *The Electronic Marketplace 1997: Strategies for Connecting Buyers and Sellers*, Stamford, Conn.: Cowles/Simba Information.
- *The Economist* (1995) "Who Speaks for Cyberspace", 14 de Enero, p. 69.
- Turkle, Sherry (1995) *Life on the Screen: Identity in the Age of Internet*. New York. Simon and Shuster.
- Williams, Frederick (1982) *The Communications Revolution*. Beverly Hills, CA. Sage.

## NOTAS

<sup>1</sup> Nota del Traductor y Editor: Por limitaciones de espacio se omite en este apartado la descripción del autor de los impactos en el mundo económico y académico y se selecciona la parte sobre impactos sociales más conectada con implicaciones sociopolíticas.

<sup>2</sup> Gore ha sido pionero en acercarse a otros nuevos medios: Fue el primer miembro de la Cámara de Representantes que pronunció un discurso retransmitido por la televisión parlamentaria C-Span, en 1979 y el primer Senador que hizo esto mismo cuando dicha televisión inició su cobertura del Senado en 1986 (Frantich/Sullivan, 1996:60)

<sup>3</sup> Según una encuesta del Pew Research Center, a finales del 96, un 17% de los usuarios de Internet habían enviado algún mensaje electrónico a grupos, organizaciones o cargos políticos.

<sup>4</sup> Lightner fue la fundadora de MADD ("Madres contra Conductores Borrachos") después de que su propio hijo muriera atropellado por un conductor ebrio, mientras que Walsh, cuyo hijo fue secuestrado y posteriormente asesinado, en un suceso que alcanzó gran eco, organizó una agresiva campaña de presión

para crear una base de datos federal sobre niños desaparecidos y posteriormente puso en marcha un proyecto de lucha contra la delincuencia.

<sup>5</sup> Entre los libros que han utilizado dicha expresión en el propio título cabe destacar los de Power (1981), Williams (1982) y Gordon (1977).

<sup>6</sup> Nota del Traductor: "narrowcasting" por oposición a "broadcasting", o "ampliadifusión". Término este último que se utiliza en inglés para denominar la radiodifusión o radiotelevisión convencional de masas, a su vez asociada a la radio y televisión por ondas. Para las emisiones por cable se utiliza, en cambio, el término "cablecasting".