

La revolución simbólica de Internet*

Gianpietro Mazzoleni
Dpto. de Ciencia Antropológica.
Universidad de Génova

* Comunicación presentada en el Seminario Internacional sobre "Technological Innovation and Political Communication", organizado por los profesores David Swanson y Paolo Mancini. Universidad de Perugia (Italia), 2-4 Diciembre, 1999.

En el artículo "*Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?*" (1999), Winfried Schulz y yo sostenemos que los medios de comunicación, a pesar de los muchos indicios de lo contrario, no se han apropiado de los procesos políticos y democráticos. La política continúa siendo bastante parecida a la que solía ser antes de la televisión, y la democracia en la era de la televisión afronta los mismos retos que en épocas anteriores. Lo que ha cambiado no es la naturaleza del proceso político —esto es, la lucha por el poder—, sino los procedimientos con los que funciona en la sociedad y los modos con los que los actores políticos se relacionan con sus homólogos y con la ciudadanía. Es, claramente, un cambio "no sustancial", que tiene que ver con las dimensiones simbólicas de la acción política. Denominamos este cambio, indiscutiblemente espectacular e importante, como "mediatización de la política": un fenómeno que se refiere más al campo de la comunicación política que a eso de la "política de grueso calibre" (hard politics).

Si tenemos que hablar en términos de "revolución", debemos reconocer que la única revolución que tuvo lugar, en especial cuando la televisión se convirtió en una tecnología de comunicación de masas, fue una revolución en los modos de comunicación entre los tres actores de la comunicación política (los políticos y las instituciones políticas, los medios de comunicación y los ciudadanos). El reparto de poder entre las élites, las aristocracias políticas y económicas, los controladores de las noticias y los ciudadanos de a pie, no se ha modificado a causa de la revolución simbólica de la mediatización. En otras palabras, los modernos medios de comunicación no han contribuido a una mayor democratización del ámbito político. Más aún, las grietas entre las elites políticas e informativas y la ciudadanía se han hecho más profundas, y la dominación de esas élites aún más fuerte. Ello es debido también a la naturaleza interna de los medios de comunicación de masas y de sus dispositivos tecnológicos que permiten que la comunicación fluya sólo en un único sentido, de uno hacia muchos, con ninguna o limitada capacidad de respuesta.

Este tipo de argumentación es utilizada con frecuencia por aquellos que echan la culpa a los viejos medios de haber cortado en la práctica las comunicaciones "dialógicas" en el ámbito político y que dan la bienvenida de manera entusiasta a la lle-

gada de nuevos instrumentos de comunicación interactiva capaces de restablecer la relación democrática apropiada entre los diversos participantes del juego político.

Richard Davis (1999) ha demostrado de forma inteligente la falsedad de que Internet equivalga a más democracia. Comparto su fundado escepticismo. En la actualidad, lo que parece haber sucedido con la introducción de Internet en los dominios políticos —aparte de la interactividad— se parece muchísimo a lo que ha ocurrido con la mediatización. Sin duda, Internet está cambiando las formas en que las instituciones políticas, los partidos y los líderes atienden a las necesidades informativas de sus electores/ciudadanos: los políticos pueden dirigirse directamente a sus públicos, prescindiendo de la mediación de los viejos medios de comunicación, y los públicos pueden acceder, preguntar y exigir a los políticos, candidatos y gobernantes.

De cualquier forma, la supuesta revolución que está teniendo lugar es, una vez más, una revolución simbólica, que, ante todo, —y creo que exclusivamente— afecta a los marcos comunicativos, dentro de los cuales el juego del poder real se continúa jugando como siempre, dirigido por los mismos actores que controlan los recursos políticos e informativos (Davis, 1999:5). Del mismo modo, en el ámbito de la política seria (*hard politics*), no veo una revolución inaugurada por Internet o por los otros nuevos medios. Simplemente estamos experimentando una fascinante renovación de la comunicación política, el paso de un modelo mediatizado, pasivo, a un modelo más dinámico de circulación del discurso político. Podría incluso prever un efecto similar al de la mediatización, una especie de “redetización” de la comunicación política, en la que la tecnología de comunicación de Internet incorporará a los viejos medios de comunicación e información (teléfono, correo, televisión, servicios de cable y ordenadores) convirtiéndose en una característica común de los hogares. Sólo entonces los modelos de la comunicación política podrían verse afectados por la nueva “tecnología” y podrían provocar que los emisores y los receptores se adaptaran a los requerimientos técnicos y productivos —y de lenguaje— de Internet. La propagación actual de las “ciudades digitales” (o “ayuntamientos virtuales”) constituye un ejemplo del cambio en los modelos y, presumiblemente, en las actitudes hacia los asuntos políticos.

Sin embargo, la conexión entre una previsible “redetización” de la comunicación política en la ciberesfera pública y el sueño de una ciberdemocracia es muy débil. Esta nueva mitología se une a la vieja mitología de la democracia participativa, chocando ambas con la existencia de enormes sectores de la población que muestran un escaso interés por todo lo que tenga que ver con la política.

A la vista de esta situación de baja involucración política, de un comportamiento menos activo para buscar e incrementar los conocimientos sobre política (Delli Carpini y Keeter, 1996), y de una fuerte tendencia comercial en las pautas de consumo de los viejos y nuevos medios de comunicación, el argumento de que Internet podría ser la panacea para una revitalización del proceso democrático se presenta, en el mejor de los casos, tan sólo como la enunciación de un deseo.

¿Cuáles son en realidad las implicaciones de un incremento de la comunicación inte-

ractiva entre los tres actores políticos de la ciber polis, de la "esquina de la calle virtual"? En principio, nada que objetar sobre la calidad superior de la comunicación interactiva en política, ya que permite una riqueza de intercambios similar a aquella que es posible en la esfera privada a través de la comunicación interpersonal; sin duda, un paso importante hacia delante desde la rigidez de la comunicación de masas "monológica". En la práctica, sin embargo, la clase de interactividad proporcionada por Internet está lejos de ser un modelo de comunicación "dialogica", a causa, por lo menos, de dos motivos (aunque existen muchos otros, que pueden encontrarse, por ejemplo, en Davis, 1999):

- 1) La mayoría de los contenidos en circulación a los que puede acceder y que puede procesar el usuario promedio de la Red están aún concebidos, producidos y difundidos por unos pocos emisores, ya sean las agencias del gobierno, los partidos, los candidatos, los políticos, los grupos de presión y similares, que son quienes en realidad lideran y controlan el juego y la velocidad de la retroalimentación del usuario, al servicio de los intereses corporativos o políticos. La antigua propaganda ha cambiado su piel, pero apenas su naturaleza: la mayoría de los actores a cargo del proceso son extremadamente capaces de fabricar y empaquetar de forma atractiva las páginas electrónicas y sus contenidos, de tal manera que se incrementa el impacto potencial de sus mensajes. Me temo que el esfuerzo de Doris Graber (1999) por evaluar la "estética" de las "tele-tiendas virtuales" de la burocracia estadounidense no nos lleva demasiado lejos en la comprensión de la verdadera contribución de Internet a la mejora, no sólo del nivel de información de la ciudadanía, sino sobre todo de su capacidad para construir interacciones "dialogicas" eficaces con sus interlocutores políticos.
- 2) El propio contenido en circulación, proporcionado y procesado por las redes electrónicas, está profundamente imbuido en el caos (Davis, 1999: 169). Me refiero aquí al problema de la sobrecarga o abundancia excesiva de información que parece hostigar como una plaga cada vez más esta nueva tecnología de la comunicación. El ciudadano común que intenta participar en la ciudad electrónica tiene que atravesar una carrera de obstáculos muy dura. Sólo tras vencer en dicha carrera será recompensado con el título de "ciudadano de la red" (netizen). Las dificultades provienen tanto de la tecnología como del uso social que se hace de la red. No es extraño, en especial en Europa, que el acceso a Internet esté todavía dificultado por una escasa difusión de los ordenadores, o porque los ordenadores son demasiado viejos y los modems demasiado lentos para procesar el diluvio de información y de gráficos que Internet descarga sobre los usuarios, excluyendo así a una gran parte de lo que podrían ser, a partir de la explotación del nuevo medio, ciudadanos de la red. Además, todo el mundo sabe que el caos de Internet puede ser manejado mejor por los que conocen bien los ordenadores, unos pocos afortunados ciudadanos de la red (¡pero, sin embargo,

no necesariamente interesados en la información política!). Finalmente, la espesa, estremecedora y apabullante cantidad de información disponible sobre Internet vuelve a plantear los problemas suscitados por el "ruido" en los esquemas de recepción de los viejos medios de comunicación. Los receptores que no saben cómo suprimir el "ruido" de la comunicación en Internet están condenados a ahogarse dentro de este maremágnum de información, con escasos beneficios para la democracia. Dominique Wolton (1999:111) comenta con escepticismo: "Los nuevos medios de comunicación no anularán el desajuste, casi ontológico, que constituye la fuente de la libertad humana en toda situación de comunicación. La tiranía comenzará el día en que los hombres crean realmente que la racionalidad de los sistemas técnicos aniquila el ruido inherente a toda situación de comunicación."

Como conclusión: ¿Por qué esta exageración sobre la revolución de la política en Internet y sobre la ciberdemocracia? ¿Revolución de la política? No lo creo. Los medios de comunicación no han cambiado la esencia de la política. Al igual que otros muchos analistas, no veo la política de fondo (*hard politics*) afectada de forma significativa por las redes electrónicas. La puja de Berlusconi para dirigir al país en el futuro está sólidamente construida sobre un tira y afloja abierto y encubierto con la mayoría gubernamental respecto a los recursos, el consenso de los grupos de influencia e interés, el aprovechamiento de los errores de la coalición gobernante, los cambios de pactos entre partidos decididos por algunos políticos clave y cosas semejantes. ¡Nada de esto tiene que ver con Internet!

¿Revolución para los comunicadores políticos? De hecho, Internet se está revelando como un recurso potencialmente poderoso para los actores políticos, tanto para los que están en la corriente principal de la política, como para los que se encuentran en las márgenes del sistema. Davis describe lo bien que los políticos están explotando el nuevo medio para promocionar su imagen y sus posiciones políticas. Después de todo, se trata de una adaptación inevitable a las nuevas modalidades de comunicación, muy parecida a la que sus predecesores realizaron cuando la televisión apareció en la escena política y en las campañas. Sparrow (1999:201) señala los usos "alternativos" de Internet: "Teniendo en cuenta que Internet puede ser amoral —entre los grupos de la red hay neonazis y defensores de la supremacía blanca, gente que niega que el Holocausto se produjera, los Hamas, y grupos pro-vida-, otras asociaciones e incluso partidos minoritarios pueden formarse mucho más fácilmente que antes de que Internet existiera".

¿Revolución para los ciudadanos? Aquí mi escepticismo es incluso más profundo si cabe. El pensamiento académico y los estudios sobre "el ciudadano informado" han demostrado que los ciudadanos "están básicamente faltos de ilustración" (Bobbio, 1984), tienden a ignorar la mayoría de la información que proviene de la inundación de noticias y estímulos de los medios informativos y de los comunicadores políticos, y sólo seleccionan el mínimo necesario para satisfacer sus propias necesidades (Delli Carpini y Keeter, 1996). Se trata de la idea de los "atajos de informa-

ción”, de la “racionalidad de baja información” (Popkin, 1991) o de la “ciudadanía débil” (Barber, 1984). Incluso cuando Key (1966) y Gamson (1992) sostienen que los ciudadanos son cualquier cosa menos tontos y pasivos, reconocen también que, entre los muchos ciudadanos que supuestamente buscan y encuentran materiales de primera mano para construir un punto de vista crítico e independiente, solamente en ocasiones una minúscula minoría logra tener éxito en el procesamiento de esa información básica. Esto es exactamente lo que ocurre con la información hecha accesible a través del contacto directo en Internet: más que un “ciudadano informado”, estamos observando lo que Michael Schudson (1995) etiquetó como “ciudadano informacional”, rodeado por millones de piezas de información e incapaz de sacar ningún beneficio proporcional de ello. De nuevo, muy pocas personas se preocuparán por este hecho ni “dispondrán del tiempo o de la pericia política para “desmediatizar” las noticias; esto es, para separar a las organizaciones de noticias de la comunicación política, recopilando por sí mismos información acerca de personas y de hechos con relevancia política” (Sparrow, 1999:198). Sin entrar en “la información política cibernética”, los ciudadanos pueden conseguir tan sólo unos escasas pistas, pero justo las suficientes como para cubrir sus exiguas necesidades de información.

Finalmente, la vieja desigualdad entre emisores y receptores se repite también en Internet, a pesar de la innegable multiplicación de fuentes, emisores y receptores. Las proporciones son aún incomparables: en uno de los lados, el dilatado número de “proveedores de información”, en el opuesto, una multitud de usuarios, ciudadanos y votantes. La interactividad se queda corta, aun siendo la característica principal de esta supuestamente interactiva tecnología de la comunicación. “A pesar de la promesa interactiva de Internet, concluye Sparrow (1999:199), parece que hay pocos caminos para que los ciudadanos particulares reciban una información de retorno personal con respecto a sus preguntas sobre candidatos, leyes y temas de discusión”.

En resumen, la retórica de moda –entre académicos e intelectuales– sobre Internet y la ciberdemocracia parece inspirada en un optimismo tecnológico determinista. El uso de Internet quedará como un privilegio para la gente de formación alta con un buen nivel de vida. La tesis de que Internet es capaz de estimular y revitalizar el proceso democrático más bien parece socavada por los mecanismos del mercado, el acceso limitado y el ciber-individualismo (De Bens y Mazzoleni, 1998:92).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bobbio, N. (1984): *Il futuro della democrazia. Una difesa delle regole del gioco*. Torino. Einaudi.
- Davis, R. (1999): *The Web of Politics. The Internet's Impact on the American Political System*. Nueva York. Oxford University Press.

- De Bens, E., Mazzoleni, G. (1998): "The Media in the Age of Digital Communication", en McQuail, D. Y Siune, K (eds.), *Media Policy, Converge, Concentration and Commerce*. London. Sage, pp. 75-94.
- Delli Caprini, M. X. Keeter, S. (1996): *What Americans Know about Politics, and Why It Matters*. New Haven, CT, Yale University Press.
- Gamson, W. (1992): *Talking Politics*. Nueva York. Cambridge University Press.
- Graber, D. (1999): *Interpersonal Media and Political Communication: Political Communication and Electronic Networks*, Comunicación presentada en el Seminario Internacional sobre "Technological Innovation and Political Communication". Perugia, 2-4, de diciembre (incluida en este mismo número de CIC).
- Key Jr., W. O. (1966) *The Responsible Electorate*. Nueva York. Vintage.
- Mazzoleni, G., Shultz, W. (1999): "Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?" *Political Communication*, 16, nº 3, pp. 247-261.
- Popkin, S. L. (1991): *The Reasoning Voter. Communication and Persuasion in Presidential Elections*. Chicago, Illinois, The University of Chicago Press.
- Sparrow, B. H; (1999): *Uncertain Guardians. The News Media as a Political Institution*. Baltimore. The Hohn Hopkins University Press.
- Wolton, D. (1999): *Internet et après? Une théorie critique des nouveaux médias*. Paris. Flammarion.