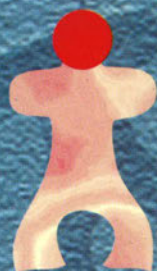


- INSTITUTO DE ESTUDIOS EUROPEOS
- CONSEJO BRITÁNICO



Ciudadanos en la Sociedad de la Información



Miguel Giusti / María Isabel Merino / Editores



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FONDO EDITORIAL 1999





¿En qué medida se están modificando las reglas del juego democrático en esta nueva forma de sociedad? ¿Qué capacidad de decisión le está siendo reservada a los participantes de este gigantesco diálogo cibernético con respecto a la orientación que puede tomar el proceso global? ¿Somos o no ciudadanos, en el pleno sentido del término, en la sociedad de la información?

Con la idea de someter a discusión estas interrogantes, el Instituto de Estudios Europeos de la Universidad Católica y el Consejo Británico organizaron en Lima, a fines del mes de junio de 1998, el Seminario Internacional "Construcción de la ciudadanía en la sociedad de la información".

La presente publicación pone a disposición del público interesado el debate desarrollado durante el Seminario.

Ciudadanos en la Sociedad de la Información

- INSTITUTO DE ESTUDIOS EUROPEOS
- CONSEJO BRITÁNICO

Ciudadanos en la Sociedad de la Información

Miguel Giusti / María Isabel Merino / Editores



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FONDO EDITORIAL 1999

© The British Council Peru
Alberto Lynch 110, San Isidro, Lima-Perú
Telf.: 221-7552
ISBN: 0863554083

© Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú
Av. Universitaria cuadra 18, San Miguel, Lima-Perú
Telf. 460-0872 - 460-2291 - 460-2872 anexos 220 y 356
ISBN: 9972-42-160-0
Diseño de cubierta: AVA diseños

*Ciudadanos en la sociedad
de la información*

Prohibida la reproducción de este libro por cualquier medio,
total o parcialmente, sin permiso expreso de los editores.

Derechos reservados
Impreso en el Perú - Printed in Peru
Primera edición: mayo de 1999

Indice

Presentación

Miguel Giusti	9
Chris Brown	13

Introducción

María Isabel Merino	15
---------------------------	----

I. Espacio público, comunicación y ciudadanía

• Lo público en la era de la abundancia comunicativa / John Keane	23
• <i>Lo viejo y lo nuevo</i> de los espacios públicos en el Perú / Pepi Patrón	41
• Medios de comunicación y opinión pública / Giuseppe Richeri	53

II. ¿Sociedad de la información?

• ¿Qué es la sociedad de la información? / Asdrad Torres	69
• ¿Se construye ciudadanía en la sociedad de la información? / Rafael Roncagliolo	77

III. Información y participación ciudadana

• Información y ciudadanía en el Perú / Sinesio López ...	89
• El Perú en el umbral de la sociedad de la información / Nelson Manrique	103

- Uso social de la información en la sociedad de la información / Giuseppe Richeri 119

IV. Cambios en las negociaciones colectivas

- Las negociaciones colectivas en Europa y la sociedad de la información / Hans Slomp 127
- La sociedad de la información, ¿genera mejores condiciones para la negociación? / Carmen Rosa Balbi 139

Presentación

*Miguel Giusti **

El desarrollo de los medios de comunicación ha llegado a penetrar de tal manera en el sistema de relaciones de nuestra sociedad y en nuestra propia vida cotidiana, que nos sentimos tentados de hablar de un cambio cualitativo del modelo mismo de sociedad. Suponemos entonces que las nuevas tecnologías de la información están cumpliendo en nuestra época un papel análogo al que cumpliera la revolución industrial en el siglo XIX. Y hacemos proyecciones sobre los cambios que habrán aún de producirse en toda la red de relaciones sociales por acción directa o indirecta de aquellas nuevas tecnologías. Abundan por eso los autores, y los textos, que proponen escenarios futuristas con el fin de ilustrar lo que puede llegar a ser esa nueva sociedad. Y se multiplican también las expresiones conceptuales que aspiran a dar cuenta de los rasgos esenciales que caracterizan a este proceso de cambios.

La “sociedad de la información” es una de estas expresiones. Con ella se hace referencia al medio tecnológico que, como el rey Midas, transforma y se apropia de todo lo que toca. Se quiere decir que la abundancia de los medios de comunicación y de los mensajes no es un simple fenómeno cuantitativo, sino un modo de alterar prácticamente todas las actividades de la sociedad, no menos que nuestras operaciones mentales mismas. Pero, como es

* Director del Instituto de Estudios Europeos y Profesor de Filosofía del Departamento de Humanidades de la Universidad Católica.

sabido, dicha expresión es usada aún en un sentido demasiado genérico, y sigue siendo objeto de múltiples controversias. De ellas va a hallarse un buen reflejo y un variado panorama en los trabajos que presentamos en este libro. Lo que se discute, principalmente, es si los cambios en la sociedad mundial son suficientes como para considerar que nos hallamos realmente ante un cambio de paradigma social, y, con no menos intensidad, si la *información* es una categoría que se refiera efectivamente a la esencia de las transformaciones que vienen ocurriendo. Puede suceder, en efecto, que al caracterizar a la sociedad de esa manera estemos dejando de considerar otros rasgos constitutivos del cambio social que posean una mayor fuerza explicativa.

El hecho es, en todo caso, que nos hallamos sumergidos en un proceso de indiscutible impacto y de dimensiones planetarias. Por la magnitud de las transformaciones que involucra, es a él, con mayor razón quizás que al proceso de internacionalización económica, que debería aludirse cuando se piensa en el fenómeno de la *globalización*. Efectivamente, la globalización es también un proceso de instauración de nuevas relaciones virtuales o nuevas formas de comunicaciones reales entre individuos o grupos a nivel internacional, con prescindencia de su nacionalidad, de su ubicación geográfica o de sus orígenes culturales. Pero, tanto en un caso como en el otro, es decir, tanto en lo que respecta a la dimensión económica como a la dimensión informática de la globalización, una de las interrogantes principales que solicitan nuestra atención es saber en qué medida estos procesos están generando nuevas y más eficaces formas de participación política.

Sea o no adecuada la caracterización de los procesos en curso como el surgimiento de una "sociedad de la información", nos interesa saber si con el incremento de los medios de comunicación o del bagaje de información se están igualmente creando las condiciones para la efectiva participación de todos los involucrados. ¿En qué medida se están modificando las reglas del juego democrático en esta nueva forma de sociedad? ¿Qué capacidad de decisión le está siendo reservada a los participantes de este gigantesco diálogo cibernético con respecto a la orientación que puede tomar el proceso global? ¿Somos o no *ciudadanos*, en el pleno sentido del término, en la sociedad de la información?

Fue con la idea de someter a discusión estas preguntas, que el Instituto de Estudios Europeos de la Universidad Católica y el Consejo Británico decidieron convocar a un seminario internacional en Lima, en junio de 1998, sobre el tema: "Construcción de la ciudadanía en la sociedad de la información". Por el carácter multidisciplinario del tema y de las preguntas que nos interesaban, el diseño del seminario fue elaborado con el concurso de las maestrías en Ciencias y Artes de la Comunicación y en Ciencia Política de la Universidad Católica. Luis Peirano y Catalina Romero, los respectivos Coordinadores de dichas maestrías, tuvieron una destacada y muy valiosa participación en la organización y el desarrollo del seminario. La coordinación ejecutiva del mismo estuvo a cargo de María Isabel Merino, Jefe del Centro de Documentación Europea de nuestro Instituto. Páginas más adelante, en la Introducción, ella misma se refiere con más detalles a la estructura que adoptó el seminario.

Cuatro profesores europeos, expertos en estos temas, fueron nuestros interlocutores invitados: John Keane (Universidad de Westminster), Asdrad Torres (Universidad de Rennes), Giuseppe Richeri (Universidad de Bologna) y Hans Slomp (Universidad de Nimega). Ellos entablaron una interesante discusión con expertos peruanos, tanto sobre intercambios de experiencias como sobre temas teóricos. Y a ellos se sumó, por medio de una teleconferencia -a modo de ilustración del uso de los nuevos medios- João Vale de Almeida, responsable de las redes de información de la Dirección General X de la Comisión Europea. Su participación fue posible gracias a la colaboración de la Delegación de la Comisión Europea en el Perú. Muchos profesores, periodistas y profesionales peruanos intervinieron en estos debates, y nos han dejado una contribución escrita para esta publicación. A ellos nos referimos más específicamente en la Introducción.

Seminarios como éste organiza periódicamente el Instituto de Estudios Europeos de la Universidad Católica. Porque el Instituto tiene como principal finalidad abrir espacios de discusión sobre temas que puedan ser materia de análisis comparativos entre la experiencia europea y la experiencia latinoamericana. Uno de estos temas es precisamente la construcción de la ciudadanía en la sociedad de la información. Desde hace ya dos años, hemos venido organizando coloquios y seminarios internacionales sobre temas

análogos, en materia económica, política, jurídica o cultural. Pocos, es verdad, han tenido un poder de convocatoria tan grande como el seminario cuyas actas ahora presentamos. Pero en todos los casos procuramos organizar debates sobre asuntos controvertidos y de actualidad, que puedan acercar la experiencia latinoamericana a la experiencia europea, o que generen al menos una polémica fructífera entre los expertos de ambos continentes. Deseamos ofrecer un lugar institucional para someter a discusión los procesos de integración y de interculturalidad que definen en modo constitutivo a la Unión Europea, y que pueden entrar en debate con procesos análogos que se viven en la sociedad, la cultura y la política de América Latina.

El libro que aquí presentamos reúne las conferencias principales de los participantes en este Seminario. Los trabajos han sido revisados y preparados para su publicación por sus respectivos autores. Es el primer libro de una serie que el Instituto se propone publicar sobre debates de actualidad que han sido igualmente materia de seminarios internacionales. Ampliamos así el espectro de nuestras publicaciones, que iniciáramos hace unos meses con la *Serie Ensayos*. La presente publicación, al igual que el Seminario al que ella se remonta, han sido posibles gracias al apoyo del Consejo Británico. En la organización del Seminario colaboraron asimismo la Delegación de la Comisión Europea en el Perú y el Instituto Italiano de Cultura. Gracias a la colaboración de todos ellos, y de las personas anteriormente mencionadas, se pone a disposición de los lectores un valioso material que, en su momento, fue seguido y debatido con apasionamiento por el público participante.

Lima, diciembre de 1998

Presentación

*Chris Brown **

Aunque resulte curioso, hablar hoy en día de nuevas tecnologías de la información ya no resulta novedoso. Pocos años después de la revolución industrial nadie se preguntaba ya acerca de la magia de la producción en serie. Era más importante conocer hacia dónde se encaminaba esa sociedad mecanizada, era más coherente preguntarse hasta donde llevaría al hombre la máquina inventada por el mismo hombre. Creo que hoy la historia se repite. Nos encontramos en un momento en que las tecnologías de la información dominan casi todas nuestras actividades. Es entonces pertinente tomar una pausa para reflexionar sobre las consecuencias de esta revolución digital en el sujeto, en el individuo y en la sociedad.

Cuando la información se convierte en el bien de consumo que se intercambia y comercia más y a mayor velocidad en la economía mundial, es lícito preguntarse cómo interviene su valor de intercambio en la construcción del desarrollo y la modernidad de los pueblos; es lícito preguntarse quiénes y cuántos acceden realmente a esa información; quiénes y cuántos realmente la usan y para qué. Si a la prensa escrita, a la radio y a la televisión, se les reclamó siempre su intervención en el forjamiento de la libertad y de la igualdad de las personas, no dudo que hoy o mañana se le exija lo mismo a las nuevas tecnologías de la información. Y es que cuanto más poderosa

* Director del Consejo Británico-Perú.

es la herramienta para alcanzar ese fin, más intensa es la esperanza. Por eso no sólo la importancia sino la urgencia de una publicación que aborde esta problemática desde una perspectiva internacional.

Es claro que las visiones sobre este tema son diversas. Existen posiciones que van desde la apología absoluta hasta la posición más apocalíptica, y eso es bueno. Es bueno porque nos permite ver hasta qué punto las nuevas tecnologías de la información se perciben como el instrumento con el cual se forjará evidentemente la sociedad del próximo siglo. El gran reto es entonces buscar orientar la función de estas nuevas tecnologías y tratar de convertirlas en el mejor instrumento para pensar la realidad y no para evadirla. La sociedad de la información debe ser entonces aquella que se precie de dominar la tecnología para su beneficio; aquella que reconozca el acceso a la información como el medio para reafirmar valores de democracia y justicia. La sociedad de la información sólo se entiende en tanto está conformada por sujetos que no se sientan marginados del derecho, en tanto está conformada por ciudadanos. Esa es su esencia y su razón de ser.

Creo firmemente en el valor de esta publicación que recoge lo planteado en el Seminario Internacional "Construcción de la Ciudadanía en la Sociedad de la Información" y celebro la difusión de estos pensamientos entre la comunidad porque ello servirá para fortalecernos en el esfuerzo común por lograr ese siglo XXI que todos queremos.

Lima, diciembre de 1998

Introducción

*María Isabel Merino**

Durante los días 24, 25 y 26 de junio se llevó a cabo en la ciudad de Lima, el Seminario Internacional "Construcción de la ciudadanía en la sociedad de la información", con la finalidad de generar un espacio de debate sobre los cambios que la llamada revolución informática y de las comunicaciones vienen generando en la sociedad. El seminario fue organizado por el Instituto de Estudios Europeos y el Consejo Británico, y contó con la valiosa colaboración de la Maestría en Ciencia Política y la Maestría en Comunicaciones de la Universidad Católica, así como con el apoyo del Instituto Italiano de Cultura.

Es un hecho que gracias a la generalización del uso intensivo y extensivo de las computadoras, los chips y las redes telemáticas, se vienen modificando todos los ámbitos de la vida cotidiana, la estructura de las organizaciones, las dinámicas económicas, las relaciones sociales, los medios para el aprendizaje, los mecanismos del poder.

Es un hecho asimismo que la globalización económica y política está cambiando el mapa del mundo, poniendo en cuestión el papel del Estado-nación, acentuando las distancias sociales y económicas al interior de un mismo país, y generando nuevas modalidades de relación entre los individuos y el Estado.

* Coordinadora del Seminario y Jefe del Centro de Documentación Europea de la Universidad Católica.

El punto de partida de este encuentro era compartir aportes y reflexiones generadas en el campo de las ciencias políticas así como en el de las ciencias de la comunicación, para dilucidar cómo se está conformando hoy *lo público* -espacio donde los individuos se realizan en su ser político-, y en qué medida las fuerzas de cambio refuerzan, dificultan, cambian, promueven o ignoran el interés de las personas por *lo público* y su participación democrática. Se buscaba analizar también en qué medida, los nuevos espacios de poder abren o cierran posibilidades para la práctica ciudadana.

El Seminario fue inaugurado con una magistral conferencia del Prof. John Keane, Director del Centro de Estudios de la Democracia, de la Universidad de Westminster, y se realizaron seis sesiones de trabajo:

La primera, contó con la participación de João Vale de Almeida, Director de Redes de Información de la Dirección General X de la Comisión Europea, quien desde Bruselas a través de una teleconferencia presentó cómo la Unión Europea está abordando la problemática de la ciudadanía y cómo están enfrentando los retos de la llamada *sociedad de la información*. Esta intervención estuvo acompañada de un panel conformado por Francisco Sagasti (Director de Agenda Perú y Presidente del Foro Nacional e Internacional), Luis Peirano (Coordinador de la Maestría en Comunicaciones de la PUCP), María Isabel Merino (Jefe del Centro de Documentación Europea de la PUCP y coordinadora del evento), y José María Salcedo (Director de noticias de Radioprogramas del Perú); panel que permitió identificar una amplia gama de temas para el debate. Entre ellos cabe resaltar la creciente brecha tecnológica entre Europa y América Latina y la urgente necesidad de grandes inversiones en capital humano para afrontar este reto; los cambios en la esfera laboral y el teletrabajo como uno de los ámbitos en los cuales el derecho enfrenta problemas para legislar y solucionar conflictos; la crisis de la democracia representativa y de la participación ciudadana, las que parecieran ahondarse a pesar de los avances tecnológicos y la abundancia informativa; la constatación de que ser ciudadano no es un *status* que se da de hecho sino supone un entrenamiento, una formación, una voluntad, un interés, que muchas veces se ve obnubilado por el destello de los medios; la exclusión y el aumento de distancias y desigualdades económicas y sociales, cuya tendencia es a acentuarse más que a disminuir.

La segunda, giró alrededor de la pregunta ¿Qué es la sociedad de la información?, y participaron Asdrad Torres (profesor asociado a la Universidad Rennes 2 y colaborador de Le Monde Diplomatique, Francia), Nelson Manrique (profesor del Departamento de Ciencias Sociales de la PUCP) y Teófilo Altamirano (Sub-Director del IEE). En la tercera, Hans Slomp (profesor de la Universidad de Nimega, Holanda), Carmen Rosa Balbi y Gonzalo Portocarrero (ambos profesores del Departamento de Ciencias Sociales de la PUCP) buscaron responder a la pregunta sobre cuáles son las nuevas reglas para la interacción y negociación.

¿Qué medios generan qué opinión pública? fue la temática que Giuseppe Richeri (profesor de la Universidad de Bologna, Italia), Luis Peirano y Rómulo Franco (profesores del Departamento de Comunicaciones de la PUCP) abordaron en la cuarta sesión. La quinta, se organizó alrededor de algunas interrogantes sobre los nuevos espacios públicos. En ella participó Pepi Patrón (profesora del Departamento de Humanidades de la PUCP) y John Keane en una segunda intervención.

Para finalizar el evento, se conformó un panel con dos de los profesores invitados: Giuseppe Richeri y Asdrad Torres, acompañados por Rafael Roncagliolo, profesor de la Maestría en Comunicaciones de la PUCP, Sinesio López del Departamento de Ciencias Sociales de la PUCP, y Miguel Giusti, Director del IEE; quienes a partir de la pregunta ¿Se construye ciudadanía en la sociedad de la información? buscaron aproximar algunos aportes que permitieran sintetizar lo conversado a lo largo del Seminario en su conjunto.

El resultado del trabajo de esos días, más que encontrar respuestas cabales a las interrogantes iniciales, ha permitido ampliarlas invitándonos a profundizar este debate.

La presente publicación busca dar cuenta de parte del trabajo de estos días, poniendo a disposición del público interesado algunas de las ponencias presentadas en el Seminario, las cuales se han organizado en los siguientes ejes temáticos:

- Espacio público, comunicación y ciudadanía
- ¿Sociedad de la información?

- Información y participación ciudadana
- Cambios en las negociaciones colectivas

Espacio público, comunicación y ciudadanía

En este capítulo, agrupamos los aportes de John Keane, Pepi Patrón y Giuseppe Richeri.

John Keane, en su ponencia “Lo público en la era de la abundancia comunicativa”, sostiene que los cambios que se vienen dando en la era de la abundancia comunicativa están poniendo en cuestión los planteamientos con los cuales desde inicios del Estado moderno se ha venido definiendo *lo público*, donde los medios, la información y la opinión pública son vistos como mecanismos fundamentales para el develamiento del poder y el fortalecimiento democrático. La desacralización de la *privacidad* y la destrucción de la visión moderna de la propiedad, la relativización del debate racional e informado, el surgimiento de una realidad *virtual* que cuestiona la idea metafísica de la *realidad*, son algunas de las contradicciones que ponen en cuestión la manera tradicional de abordar el tema.

Pepi Patrón, a partir de la revisión de los planteamientos de Hannah Arendt, Jürgen Habermas y Charles Taylor, analiza *lo nuevo* y *lo viejo* de los espacios públicos en el Perú, sosteniendo que este país es una sociedad en la cual la fragilidad de los viejos espacios públicos convive con la precariedad de los nuevos, y donde a la inexistencia de ciudadanía se suma el hecho de que la población tiene limitado acceso a los medios de comunicación y de información.

Giuseppe Richeri, aborda la relación entre ciudadanía, espacio público y el papel de los medios, en particular el de la TV; presentando la experiencia de la TV italiana en los últimos 40 años, y analizando el importante rol que tuvo este medio para la conformación del espacio público; rol que está cambiando, y espacio público que se difumina.

¿Sociedad de la información?

Agrupamos los aportes de Asdrad Torres, y Rafael Roncagliolo: El primero analiza el término cuestionando en qué medida refleja de manera adecuada la sociedad actual, y si no incorpora también una ideología que justifica la exclusión y desigualdad. Rafael Roncagliolo

ofrece una interesante revisión sobre el concepto *sociedad de la información* recogiendo los aportes de importantes autores europeos contemporáneos, tales como Jürgen Habermas, Giuseppe Richeri, Anthony Giddens, Manuel Castells y Régis Debray.

Información y participación ciudadana

Sinesio López, siguiendo el esquema analítico que presenta Schutz para caracterizar al *ciudadano bien informado*, y usando como base una encuesta nacional llevada a cabo en 1997, analiza el nivel y tipo de accesibilidad a la información, los factores sociales y políticos que influyen en su distribución, y el nivel de conocimiento que los individuos tienen sobre sus derechos ciudadanos. Concluye que la distribución social del conocimiento está atravesada por una profunda desigualdad, y la brecha entre el *experto*, el *ciudadano bien informado* y el *hombre común*, no sólo no se ha reducido sino que se ha profundizado.

Nelson Manrique presenta el desarrollo de Internet, en tanto medio representativo de la explosión de una nueva modalidad de comunicación que rompe los límites y trabas de la comunicación tradicional, introduciendo una lectura positiva y optimista de las ventajas que esta tecnología puede dar a sociedades rurales como la andina.

Partiendo por afirmar que hay poca información empírica que de cuenta de los cambios en el comportamiento social debido al uso de Internet, y que éste es usado por una exigua minoría, Giuseppe Richeri intenta en este segundo aporte, prefigurar los efectos del uso de este tipo de medio analizando los patrones de consumo de la TV en los diversos sectores sociales. La TV, afirma, es un medio que requiere muy poca inversión de tiempo y energía para usarla, y ofrece un medio de aprendizaje que supone una actitud pasiva; Internet es lo opuesto, se requiere tener una estrategia de conocimiento e invertir tiempo y esfuerzo para llegar a alguna parte. Esto hará que a pesar de las supuestas grandes ventajas de este medio, las distancias entre los sectores sociales se acentúen cada vez más.

Cambios en las negociaciones colectivas

El tema de los cambios y novedades en las reglas de la negociación son abordados por Hans Slomp y Carmen Rosa Balbi, con una lectura desde el ámbito laboral. Ambos aportes, el primero para el

caso de Europa y el segundo para el caso peruano, explican cómo se están modificando las relaciones laborales, los tipos de empleo, los espacios de confrontación de intereses, etc.; constatando que los gremios de trabajadores cada vez se difuminan y disuelven más.

Lima, diciembre de 1998

I. Espacio público, comunicación y ciudadanía

Lo público en la era de la abundancia comunicativa

*John Keane **

El sistema de comunicación que ha prevalecido desde la invención de la imprenta -la galaxia de Gutenberg- ha estado dominado por imágenes de escasez. Al abordar el tema de la vida pública, es indispensable tener presente esta escasez dado que, los desfases temporales, las dificultades para movilizarse de un lugar a otro y los altos costos de producción y distribución de información, le han pisado constantemente los talones a la circulación de opiniones, datos y mensajes entre individuos, grupos y organizaciones.

En 1776, albores de la lucha por la libertad de prensa, tomaba ocho semanas que los periódicos, libros y cartas llegaran desde Filadelfia a Londres; el viaje de la diligencia del correo de Londres a Leeds tomaba normalmente treinta y tres horas y los mensajes que se embarcaban desde Londres para la colonia penal de New South Wales tomaban al menos dieciséis peligrosas semanas en llegar. En este contexto, fue toda una hazaña que la diligencia que llevó a Londres las noticias sobre la batalla de Waterloo demorara sólo 18 horas.

A tales restricciones técnicas a las expresiones de la opinión pública, se añadía el hecho de que los grupos de poder, sobre todo los primeros gobiernos de los estados modernos, aprovechaban po-

* Director del Centro de Estudios de la Democracia, Universidad de Westminster (Reino Unido)

líticamente estas restricciones para ejercer el poder soberano de manera oculta. Conformándose con el principio de *salus rei publicae suprema est lex*, el poder soberano trataba de actuar como Dios en la tierra: omnisciente e invisible, guiado por la ley natural, el derecho divino o el derecho de conquista. Para ejecutar decisiones rápidas y prevenir complots y conspiraciones, necesitaban tener diez mil ojos como Argos y operar secretamente -ocultos de los ojos de otros- para protegerse de las pasiones irracionales de la gente común, del *vulgus*, quienes no debían ver ni saber nada del funcionamiento interno del gobierno.

Jacques-Benigne Bossuet, predicador de la corte de Luis XIV y tutor del Delfín de Francia, fue de los primeros en hacerlo explícito en su *Politique tirée des propres paroles de l'Écriture sainte*: "Ubica el poder fuera, y dividirás el Estado, arruinarás la paz pública y crearás dos amos, contrariando así el oráculo de la Escritura: 'Ningún hombre puede servir a dos amos'."

El argumento de los inicios de la modernidad de preservar y cultivar la escasez de información, pronto rebotó contra el gobierno despótico. La propuesta de Guizot de utilizar la prensa para buscar la verdad y decírsela al poder expresa un tema central del pensamiento y acción política del siglo dieciocho y de principios del diecinueve: la lucha por definir y proteger, desafiando la escasez de la información, una esfera pública dentro de la cual se pudiera elaborar la opinión pública respecto del bien público. Esta lucha por la opinión pública y el bien público, implicaba la creación de un espacio común, accesible, en el que se pudiera considerar abierta y libremente los asuntos de importancia pública.

La lucha pública por el espacio público se expresó mediante varias metáforas. Algunos, distinguiendo la fuerza y la tiranía de la opinión pública, la comparaban con una Reina del Mundo gentil aunque divina (como hizo Jean-Jacques Rousseau en su *Lettre à M. D'Alembert* [1762]). Otros asociaban la esfera pública a una corte o tribunal, o como decía Jacques Necker, a "un poder invisible que, sin tesoros, guardaespaldas o ejército dicta leyes a la ciudad, a la corte e incluso a los palacios de los reyes." Otros imaginaban una esfera pública con la figura del sol (Starobinski), como un espacio iluminado en un mundo cubierto de oscuridad. En cada caso, los llamados a la libertad de prensa y a la opinión pública libre nutrieron el ideal

político de permitir que otros atestiguaran el develamiento de los hombres de poder y sus misteriosas instituciones, reemplazando así la escasez por la abundancia.

La libertad de los hombres para aprender a hacer uso público de su propia razón en todos los asuntos ante el público lector (Kant) devino en un principio revolucionario en las luchas por el *mehr Licht*. La ilustración: aclarar a través de la razón, iluminar y aliviar al mundo, hacerlo menos denso y pesado, abrirlo permitiendo que el brillo compita con la oscuridad, como cuando se tala árboles y se crea un espacio abierto y libre en un bosque.

La vieja utopía de arrojar luz sobre el poder -empujándolos hacia la libertad de información y el gobernar a la luz- sigue motivando, comprensiblemente, a periodistas, ciudadanos, abogados, jueces, ONGs y otros. Los defensores del *mehr Licht* hacen notar la presencia persistente de zonas de poder no controladas públicamente. Aseguran que las críticas a la 'media luz' administrativa, los escándalos de la corrupción y las objeciones a los secretos de estado son planteamientos comunes hoy en todas las democracias, como se demuestra en las recientes controversias públicas 'clásicas' generadas por Watergate en los Estados Unidos, el escándalo Benegas en España, la corrupción gubernamental en Japón, el bombardeo al Rainbow Warrior en Nueva Zelanda, la masacre de Piazza Fontana y el escándalo Gladio en Italia. Tales develamientos tienen una consecuencia política clara: si en una democracia el poder debe estar sujeto al permanente escrutinio público, entonces se requiere que los medios tengan una cobertura *mayor y mejor dirigida* para asegurar que las controversias sobre el poder secreto sean continuas y frecuentes; en otras palabras, que no haya zonas dentro de los estados y las sociedades civiles que estén embozadas permanentemente en el oscuro silencio.

El proyecto político de inicios de la modernidad, develar el poder sacándolo de las sombras y arrojándolo a la cegadora publicidad halógena de hoy en día, sigue siendo importante, pero es imperativo repensarlo y revisarlo. Hoy vivimos en una época en la que se ha superado la imagen de escasez comunicativa y se ha pasado más bien a la de la abundancia de comunicación, hablándose también de sobrecarga de información. Este cambio del clima intelectual está determinado por una serie de fuerzas de cambio impulsadas por la

cultura, la organización y el mercado. Los factores tecnológicos - como la ampliación de la memoria electrónica, el menor espacio requerido por los canales, la asignación de nuevas frecuencias, la transmisión directa por satélite, la sintonización digital y las nuevas técnicas de compactación de datos- de hecho desempeñan su papel en esto. Entre estos factores tecnológicos, son de gran importancia la invención y despliegue de las comunicaciones computarizadas y su enlace por satélite y cable, factores que repercuten tanto en los procesos como en los productos en casi todos los campos de los medios de comunicación.

Estos medios marcan la emergencia de una nueva galaxia de la comunicación, caracterizada por la posibilidad de contar con sistemas que integren textos, sonidos e imágenes, posibilitando la interacción de múltiples usuarios ubicados en diferentes lugares, en tiempo real o diferido, con una red modularizada y a la larga global, pagable y accesible para todos. Cuando Diane Keaton, en la película *Play it Again Sam* de Woody Allen, le dijo a su esposo -un adicto al trabajo- que debería dar el número del teléfono público que usaban para que lo llamaran como el número de su oficina, era una enorme broma. Pero la farsa de 1973 es la realidad de hoy. En una hora, una persona que está en su casa puede enviar un fax, ser ubicado con un buscapersonas, enviar un correo electrónico, ver la televisión por cable o satélite, entrar en una comunicación de radio, hacer una llamada telefónica, abrir el correo del día, e incluso encontrar el tiempo para tener una comunicación cara a cara de unos cuantos minutos. En la práctica, son pocos aún los que realizan tantos actos comunicativos en tan corto tiempo, aunque las cifras indican que cada vez hay más personas que se involucran en el proceso de la abundancia comunicativa.

Una serie documental de la BBC informó recientemente que el británico promedio, en el curso de su vida -aparte del empleo pagado- puede esperar enamorarse dos veces, hacer el amor 2,580 veces, besarse por dos semanas, sentarse en el WC por seis meses, pasarse tres años y medio comiendo, 12 años hablando y 12 años viendo televisión. Esta preocupación por los medios es evidente en otros lugares. En 1992, en Japón, el consumo semanal promedio de televisión por hogar era de 8 horas y cuarto, aproximadamente media hora más que en 1980. Y la tendencia creciente a que los actos de comunicación mediáticos se conviertan en la segunda

categoría de acción luego del trabajo, y sean ciertamente la actividad predominante en el hogar, es más evidente aún en los Estados Unidos, la democracia más saturada por medios de todas las viejas democracias.

De acuerdo con el informe Nielsen, el hogar estadounidense promedio tiene la televisión encendida unas 7 horas al día y se estima que un adulto ve efectivamente 4,5 horas al día; a escuchar radio le dedica 2 horas al día, generalmente en el auto; a leer periódicos entre 18 y 49 minutos diarios; a hojear revistas entre 6 y 30 minutos; y a leer libros, incluyendo el trabajo académico, dedica unos 18 minutos por día.

Tales tendencias hablan por sí mismas de *abundancia*, al punto que se puede decir que la *abundancia* es la ideología de las redes de comunicación electrónica enlazadas a las computadoras. Esta ideología se expresa en innumerables propagandas, por ejemplo, Sharp, en la campaña publicitaria para su computadora personal multimedia portátil, lanza el lema "Información – movilidad – poder".

Entre las primeras versiones intelectuales de dicha ideología, tenemos la de Ithiel de Sola Pool en *Technologies of Freedom* (Tecnologías de la Libertad): "Hoy en día, no hay nada en la tecnología del espectro que obligue a un control burocrático de lo que se transmite... Se necesita que no haya escasez ni en la capacidad, ni en el acceso". Por otro lado, la *Declaration of the Independence of Cyberspace* (Declaración de Independencia del Ciberespacio) de John Perry Barlow repite el punto de que las redes de computadoras enlazadas "están creando un mundo al que todos pueden entrar, dejando de lado los privilegios o prejuicios de raza o económicos, de fuerza militar o de nacimiento". En otro lugar Barlow declara que el advenimiento del ciberespacio anuncia nada más y nada menos que "un nuevo espacio social, global y anti-soberano, dentro del cual cualquiera, en cualquier lugar, puede expresar sin temor lo que cree al resto de la humanidad". En estos nuevos medios, escribe, "se prefigura la libertad económica e intelectual que puede anular todos los poderes autoritarios de la tierra".

Se debe tener cuidado cuando se hacen estas afirmaciones, sobre todo porque la nueva era de la abundancia comunicativa –actualmente en desarrollo–, es inestable e incluso contradictoria. Quizás

haya llegado el momento de enterrar los viejos clichés sobre la escasez (de Sola Pool), pero eso no significa que la abundancia comunicativa traiga armonía, ausencia de conflictos, envío y recepción irrestrictos de mensajes, en una palabra, transparencia. El desarrollo de una abundancia de medios de comunicación masiva no sólo no pone fin a las viejas controversias sobre la distribución y acceso restringidos a los medios de comunicación. De la misma manera en que la abundancia material no produce la *felicidad* (Marcuse), la abundancia comunicativa contiene nuevas contradicciones y produce conflictos públicos. En realidad se multiplican las confusiones, los enigmas, los desacuerdos sobre quién consigue qué, dónde y cómo. El punto puede ser visto paradójicamente: la abundancia comunicativa impide la abundancia comunicativa. Hasta ahora, la observación, el análisis y la interpretación de los efectos paralizantes de la abundancia comunicativa han sido descuidados en las ciencias sociales. Y debería volverse hoy una prioridad importante de la investigación contemporánea en áreas como la comunicación, la política, la filosofía y el análisis sociológico.

Brevemente pasaremos a mencionar algunas de estas contradicciones. La creciente brecha entre quienes cuentan con una comunicación rica (abundante) y pobre (escasa), quienes innecesariamente aparecen como comunicadores y consumidores, es la fuente de contradicción más obvia. La abundancia es, por supuesto, un concepto relacional: la abundancia para algunos es la escasez o la nada para otros. Considérese la división global entre los ricos y pobres en términos de comunicación: tres cuartas partes de la población del mundo no pueden comprar libros; la ciudad de Tokio, cuya población es de 23 millones, tiene tres veces más líneas telefónicas funcionando que todo el continente africano, cuya población es de 580 millones; una de cada diez personas en el mundo nunca ha hecho una llamada telefónica; solamente el uno por ciento de la población mundial tiene acceso a Internet.

La dualización de las opciones comunicativas en países como Estados Unidos, Italia, Gran Bretaña y Holanda también es evidente. Probablemente un tercio de la población (muchos de ellos probablemente mayores de edad y desempleados) tienen temor a los interruptores, aparatos eléctricos y teclados -patrón que se ve reforzado por lo poco apropiado del *hardware*, *software* e instrucciones para su uso-; lo cual está en relación con las disparidades de ingreso y

riqueza, y con una manera de ver las tecnologías de la información con cierta distancia dado que se percibe poca utilidad práctica en ciertas áreas de la vida cotidiana, en particular las tareas domésticas. Así, por ejemplo, un estudio reciente en los Estados Unidos muestra que la disponibilidad de computadoras es de 4,5% en los hogares rurales pobres frente a un 6,4% en los barrios ricos suburbanos. En Inglaterra, a pesar de que la penetración telefónica varía significativamente de un 89% en el sudeste a un 75% en el norte, las variaciones locales son mucho más altas: en Newcastle, un estudio muestra que algunos lugares tienen un 99% de penetración frente a otra localidad que tiene un 60%, u otra en la cual el 74% de hogares carecen de teléfono. Tales estadísticas estimulan la demanda de políticas públicas que posibiliten el acceso universal a las telecomunicaciones y promuevan el diseño de *software* y *hardware*, bajo el supuesto que la pobreza (escasez) de comunicación es *remediable* por esta vía, y no por la obra de Dios, por la suerte o por una condición que se imponga a las fuerzas del mercado.

Los medios de comunicación de alta densidad también generan permanentes conflictos entre *cantidad* versus *calidad*. Es evidente que cantidad y calidad no son lo mismo¹, pero es difícil, probablemente imposible, definir criterios no controvertidos para diferenciar *mejores* medios de mayor cobertura de medios. Simples preguntas como “¿deberían los niños leer en vez de ver televisión o jugar videojuegos?” son difíciles de responder con certeza, excepto que se respondan con generalidades tales como que es necesario lograr equilibrio y variedad.

Lo mismo se da en discusiones respecto a una televisión de *calidad*. ¿Se trata de una calidad técnica en términos de la producción, como de un buen manejo de cámaras e iluminación, libretos escritos con inteligencia, dirección profesional, actuación magnífica? ¿Está definida por el servicio, por criterios de producción de marketing, o simplemente depende del criterio de quien la mira? ¿O hablar de calidad es una reminiscencia de la distinción que se hacía a fines del XVIII entre *las personas y cosas de calidad* diferenciándolas de *lo vulgar*? En la práctica, en las economías de

¹ La discusión sobre esta diferencia, la desarrollo en mi libro *The Media and Democracy*.

mercado, el amplio y conflictivo espectro de los criterios disponibles para definir calidad tiende hacia posturas pluralistas, hacia una política de “dejar que mil flores florezcan”. Esto tiene el efecto paradójico de que alienta la segmentación de la audiencia, al mismo tiempo que aumentan las posibilidades y productos de los medios y se amplían las disputas sobre si los efectos son más o menos pluralistas, si están más o menos en la línea del *interés público*.

La abundancia comunicativa también desacraliza la ‘privacidad’. La famosa tesis de Husserl de que el “mundo de la vida cotidiana” (*Lebenswelt*) comprende relaciones en las cuales hay una certeza incuestionable sobre el mundo, libre de perturbaciones, es obsoleta. En la era de la abundancia comunicativa no hay ningún tema íntimo aislado de la cobertura por los medios. Cuanto más *privado* es algo, parece obtener más *publicidad*. Lo que se podría llamar el modelo de publicidad de Luis XVI está de regreso, aunque de una manera más democrática: había una vez en que el levantarse y el acostarse de Su Majestad eran eventos públicos que era un gran honor atestiguar. Hoy, la vida privada de las celebridades -sus romances, fiestas, salud, pleitos y divorcios- son el interés y fantasía de millones de personas. Pero también, gracias a los talkshows, existe una procesión interminable de *gente común y corriente* hablando públicamente de lo que les gusta y disgusta hacer en privado. Esta es la época de la llamada *reality-TV* (televisión real) que interrumpe un programa infantil para mostrarnos como primicia, en vivo y en directo, a un hombre que en medio de una autopista dispara a su camión y luego se suicida, todo por cortesía de un reportero que anda a la caza de noticias en helicóptero.

La cultura de la abundancia comunicativa, asistida por el sistema del estrellato, los programas de debates y la *reality-TV*, destruye la concepción de inicios de la modernidad, en la cual la propiedad, las condiciones del mercado, la vida hogareña, las emociones y los eventos biológicos como el nacimiento y la muerte son *naturales*. También debilita la suposición más antigua, originalmente griega, de que la esfera pública de la comunicación ciudadana se apoya necesariamente en la intimidad muda (literalmente, la imbecilidad) del *oikos*. Gracias a la creciente abundancia comunicativa, el reino de la privacidad no mediada desaparece. Pero ante ella, surge una corriente opuesta.

Citando una figura del siglo XVIII, la abundancia comunicativa para algunos no se asemeja a una *diosa de la libertad*, sino más bien al *súcubo*, el demonio femenino que viola a los hombres mientras duermen. Algunos acusan a los medios de tener instintos asesinos, por la presión que generan para ampliar su cobertura. Los que sienten que la vida privada es vital para cultivar un sentido seguro del ser, toman deliberadas decisiones para no poseer celular ni usar correo electrónico. Hay otros que exigen se inicien procesos legales contra los que inundan el correo con basura; muchos llaman la atención a los paparazzi para que ejerzan una autocontención moral o exigen la publicación de códigos de conducta en el uso de los medios, para disuadir a los periodistas de llevar a cabo expediciones ilimitadas de excavación y pesca. Mientras tanto una nueva generación de activistas expertos en la sofisticada tecnología privada ha ayudado a ampliar la esfera pública en Internet y alertan por correo electrónico (medio de muy bajo costo) contra los consumidores de bases de datos, las amplias capacidades de espionaje electrónico y las iniciativas gubernamentales para reglamentar el uso de la criptografía; al mismo tiempo que organizan campañas para el desarrollo de tecnologías que garanticen privacidad (*privacy-enhancing technologies*). Y también hay trabajadores organizados que se quejan ante sus sindicatos y empleadores por problemas personales, principalmente estrés comunicativo, causados por los cuellos de botella del correo electrónico y la sobrecarga comunicativa.

Estas quejas sobre la invasión de la privacidad, expresadas públicamente y en voz alta, tienen una significación política de largo plazo. Indican no sólo una conciencia pública del carácter contingente y reversible de la distinción público-privado -lo cual significa que la distinción ya no tiene una validez divina y misteriosa (como la tenía para la mayoría de observadores del XVIII)-, sino que se ve solamente como un "lugar de descanso temporal" (Rorty). La abundancia comunicativa también alienta a los individuos y a los grupos a pensar sobre lo público y lo privado en términos más flexibles y contextuales. Se ven obligados a tomar conciencia de que sus juicios 'privados' sobre asuntos de importancia pública pueden distinguirse tanto de las normas públicas compartidas actualmente existentes como de las deseables. Aprenden a aceptar que hay momentos en los que es enteramente justificado dar publicidad a actos privados.

Por ejemplo, cuando se confrontan con políticos mentirosos u hombres que muestran duplicidad en sus preferencias sexuales. Y también hay quienes ven la privacidad -cuando hay que garantizar que los asuntos que conciernen a los individuos y grupos involucrados no sean comentados libremente- como una herencia preciosa, y consideran de vital importancia cultivar una nueva discusión pública sobre los méritos de mantener 'en privado' ciertas áreas de la vida social y política.

La comunicación de alta intensidad produce otra contradicción. En términos simples, ante el crecimiento de las nuevas ideologías, surge una reacción nostálgica del modernismo que teme las consecuencias de una sobrecarga de información y se lamenta por la muerte del debate racional e informado. Los modernistas nostálgicos dicen que hemos dejado atrás el mundo capturado en la pintura de Carl Spitzweg *Der Bücherwurm* -el mundo de numerosos lectores que van a las bibliotecas públicas en busca de un conocimiento público utilizable de manera racional-, y que vivimos ahora en un mundo en el que los ciudadanos y los que toman las decisiones se transforman lentamente en parodias patéticas del pobre profeta bíblico Ezequiel, quien al menos tuvo el honor de comerse los rollos de papiro por una orden de Dios, es decir, de atiborrarse de palabras por una causa más elevada. El modernismo nostálgico culpa a los multimedia, a la segmentación de las audiencias y a las producciones de baja calidad, por la indigestión de los que ven, escuchan y leen. En consecuencia, llama a los gobiernos y ciudadanos a que inventen planes para *reducir* la información. En los Estados Unidos, la democracia más saturada por medios de comunicación del mundo, los ejemplos incluyen: iniciativas "para apagar los televisores", ataques satíricos organizados contra el teleadicto, y los famosos *Cuatro Argumentos para la Eliminación de la Televisión* de Jerry Mander. Esta tendencia la refuerzan intelectuales (Neil Postman, Herbert Schiller y otros) que se quejan de 'los medios' y vocean su propuesta de "semanas libres de televisión". Otros comentaristas (Bill Mc Kibben en *The Age of Missing Information* es un ejemplo de ello), acuden a los argumentos neo-románticos para probar que la explosión de la información nos arroja fuera de las aguas de nuestro hábitat natural o ecosistema. Así, la era de la abundancia comunicativa es un "momento de profunda ignorancia, en el que el conocimiento vital que los humanos siempre han

poseído sobre quiénes somos y dónde vivimos, parece estar fuera de nuestro alcance. Una des-ilustración. Una era de pérdida de información.”

El crecimiento del modernismo nostálgico nos recuerda que el desarrollo de la abundancia comunicativa desequilibra, desorienta -y hace humildes- a los intelectuales. Éstos, modernos arquitectos, amos y manipuladores de los signos, domadores y desafiadores del arte de hacer historias con palabras ordinarias, emergieron por primera vez en el siglo XVI. A pesar del permanente cuestionamiento sobre su propia legitimidad, trataron de explotar su pretendida superioridad manipulando diestramente las palabras. El ataque que Hegel hace a la opinión pública en *Grundlinien der Philosophie des Rechts* (1821) es un ejemplo de esta arrogancia. “En la opinión pública la verdad y la falsedad existen juntas”, escribió, “es tarea del gran hombre encontrar la verdad en ella. Ya que es, de hecho, grande el hombre que le dice a su era lo que desea y quiere decir y lo lleva a cabo”. Al desplegar actitudes de este tipo, no es sorprendente que los intelectuales fueran a menudo inventores de grandiosas historias o ideologías (y que, en consecuencia, sucumbieran frecuentemente a los perennes peligros de la vanidad y la ambición por el poder, aliándose con hombres de dinero y posición). Los famosos intelectuales que se identificaron con el nazismo, el stalinismo, el maoísmo y otras ideologías políticas del siglo XX son sólo variantes extremas de una tendencia moderna más general en la que los intelectuales, temiendo la inutilidad y el aislamiento, pero orgullosos de su maestría en el relato de historias, aspiran a ser profetas y heraldos de la razón, poseedores de la verdad. Sus pactos faustianos con el poder probaron ser autodestructivos -véase las melladas reputaciones públicas de György Lukács, Jean-Paul Sartre y Carl Schmitt- y no hay duda de que la locura de los intelectuales arrogantes y ávidos de poder ha contribuido mucho a destruir la reputación pública de los intelectuales en su conjunto.

Pero el crecimiento contemporáneo de la abundancia comunicativa también contribuye a hacer a los intelectuales más humildes. Ya pasaron los días en los que se creía que los medios de comunicación servían continuamente para corregir, refinar y controlar autónomamente sus propios enunciados, tal como David Hume pensaba era la ventaja principal de la prensa. Muchos artífices de la palabra sienten certeramente que ya no viven en un mundo de

cortes de reyes, reuniones de partidos y canales mediáticos escasos y controlados por el Estado, sino que habitan en un pluriverso de palabras y signos nutrido y sostenido por una pluralidad compleja y dinámica de sistemas de comunicación, audiencias y autoridades segmentadas. Sólo unos cuantos intelectuales -como Umberto Eco, Salman Rushdie, Germaine Greer, Hans-Magnus Enzensberger y Václav Havel- se las arreglan para ser simples letrados en medios y volverse públicamente famosos, casi siempre debido (y esto es interesante) a su inclinación por la heterodoxia, su disgusto ante el despotismo, su capacidad para la autocorrección, su sentido de responsabilidad por el lenguaje. En otras palabras, en la era de la abundancia comunicativa, casi todos los intelectuales se ven forzados a aceptar su propia impotencia. Inclínados a mantener distancia de la política, no inclinados a apoyar las ideologías, preocupados principalmente en destacar como profesionales pagados, los intelectuales se convierten en expertos y académicos, retirados en campos de investigación seguros y especializados. En el mejor de los casos se tiende a tratarlos como profesionales parlanchines o, en el peor, como Cantinflas, charlatanes e incluso holgazanes y parásitos.

El último estereotipo es injusto, puesto que más de la mayoría de intelectuales sienten la incertidumbre y precariedad de nuestra existencia. Gracias a la abundancia comunicativa, los intelectuales encuentran que deben ser humildes, que existen muchas esferas públicas, de varios tamaños, de niveles micro, meso y macro, sobre las cuales su autoridad apenas se aplica. Los días en que los intelectuales aspiraban a ser legisladores capaces de disolver la irracionalidad humana, apartando la incertidumbre y dando sentido a los enunciados semiarticulados del público, están quedando atrás.

De la misma manera en que la vida privada está perdiendo su estatuto sagrado, la vida pública es hoy objeto de desacralización. Estamos muy lejos del mundo de la Revolución Francesa, cuyos líderes consagraron uno de los *sansculottides* a la *Opinión*, los cinco días que redondeaban el año republicano. Llegarán por tanto los días, en que la mayoría de intelectuales comprendan y acepten que debemos rechazar el monismo inherente en el discurso de inicios de la modernidad sobre lo público: la esfera pública, la opinión pública, el interés público, el bien público; y reconozcan que es ya obsoleto el viejo concepto de *la esfera pública* como si ésta fuera un tribunal donde la verdad se vuelve transparente para todas

las criaturas que razonan (concepto que vuelve a salir a la luz en la afirmación que hace John Rawls en *Political Liberalism* de que la Corte Suprema es un ejemplo de razón pública). Llegarán los tiempos cuando se entienda que, entre las tareas de la nueva raza emergente de *intelectuales públicos* inclinados hacia la democracia, se encuentra -paradójicamente- el cultivo vigoroso de una pluralidad de definiciones de opinión pública y de bien público, las que a veces se superponen; definiciones de opinión pública y bien público que pueden ser contradictorias si se toma en cuenta la variedad de contextos de poder que se da en esferas públicas de diferentes dimensiones (nivel micro, meso y macro); definiciones que puedan servir de medio vital para nombrar sin violencia lo innombrable: destacar intereses diferentes, definir y redefinir el *summum bonum* y el *summum malum*, cuestionar al poder irresponsable, señalar los fraudes, iniciar debates, tomar partidos, remecer al mundo, impidiéndole así que se quede dormido.

La dislocación y humillación de los intelectuales, los principales vendedores ambulantes de ideología, debilita directamente el centro de las ideologías, incluyendo el ideal racional tan influyente de la 'comunicación racional'. En la era de la abundancia comunicativa, es evidente que aquellos que persiguen el conocimiento perfecto de la necesaria estructura de la realidad -la Gran Figura- para actuar mejor sobre ella, están persiguiendo una quimera. Nietzsche comenzó uno de sus primeros ensayos diciendo: "en algún rincón remoto del universo hubo una vez un planeta en el que animales inteligentes inventaron el conocimiento. Ese fue el momento más arrogante e infructuoso de la 'historia del mundo'". En las condiciones de la abundancia comunicativa, existen signos de que los animales inteligentes se están haciendo más sabios al reconocer que la mayoría de actos de comunicación desafían la noción filosófica dominante de la racionalidad derivada de la lógica deductiva, según la cual existe un conjunto de procedimientos de razonamiento formal que expresan reglas de inferencia tácitas respecto de la verdad o falsedad de las aserciones independientemente del contenido o contexto de los enunciados. Según estas condiciones, por ejemplo, el intento de John Rawls de seducir a sus lectores llevándolos a orgías no placenteras de razonamiento formal es simplemente reaccionario; su insistencia de que en una sociedad democrática los ciudadanos comparten el poder como personas igualmente libres, en tanto

criaturas razonables y racionales que como público tienen derecho a apelar a la *razón pública* dentro del foro público, le debe demasiado a Kant y no lo suficiente a Hume.

Existe hoy en día un creciente reconocimiento público de la enorme variedad de formas y modos de comunicación, de los cuales, un número creciente (fax, videograbadoras, fotocopadoras, teléfonos móviles, Internet) está disponible a muy bajo costo; y una creciente conciencia pública de que tal abundancia comunicativa multiplica los tipos de narración, información y programación disponibles legítimamente al público. El pedido anti-filosófico de Wittgenstein (en *Philosophische Untersuchungen*) de reconocer la legitimidad del *razonamiento lego u ordinario* se convierte en un hecho cotidiano. La oratoria política, las prédicas y discusiones (caracterizadas por la intensidad emocional y el compromiso por afirmar el propio punto de vista a cualquier costo), el hipertexto, los mensajes comerciales, las conversaciones y narraciones; con los cuales se construyen azarosamente por etapas, recurrencias y repeticiones los puntos de vista y opiniones; demandan crecientemente mayor atención pública.

Las miríadas de formas de la realidad expresadas a través de estos diferentes géneros de discursos, hacen cada vez más difícil concebir el mundo como una realidad *única*. También se aplica lo contrario: la abundancia comunicativa tiende a destruir la idea metafísica misma de *realidad*. La 'cultura de la virtualidad real' (Castells) que se está expandiendo contradice la presunción de que la realidad fáctica es empecinada y de que la *verdad fáctica* es superior al poder. Al contrario, muchos entienden la 'realidad' como la resultante de una multiplicidad de interpretaciones en competencia cuya producción y difusión por los medios carece de un centro coordinador. Esta tendencia se hace evidente, por ejemplo, en la percepción de que en el discurso comercial, *verdadero* no es nada más que un concepto para vender cosas: Coca Cola de verdad, queso de verdad, carne de verdad y otros bienes que son la cosa verdadera. El tema de la *irrealidad* de la *realidad* también es evidente en las candentes controversias públicas generadas por la *reality-TV* (un ejemplo de ello fue el juicio y prisión al alemán Michael Born, director de documentales, por hacer más de 30 documentales para la Stern TV, sobre temas tales como los neonazis, el trabajo infantil y las reuniones del Ku Klux Klan). La misma tendencia hacia el

desenmascaramiento de la *realidad* es evidente en la lógica del *agotamiento* inherente al medio dominante hasta ahora, la TV, donde sus controladores, editores, creadores de programas y programadores tienen el hábito de tratar los temas hasta la muerte, aburriendo a sus audiencias quienes se mueven a otra cosa sin haber presentado ninguna conclusión final, 'verdadera'. Todos estos ejemplos sugieren que la abundancia comunicativa cuestiona las metáforas de la *realidad*, lo solar y el tribunal que introduce la Ilustración a inicios de la modernidad, es decir, debilita las afirmaciones sobre una sociedad transparente basada en la comunicación racional de la verdad. Un sentido común de contingencia y desorientación se extiende. La profusión también trae confusión.

Por tanto, ¿Cuáles son las implicancias políticas de tales reveses en contra de la creencia en la *realidad*? Justamente debido a su propensión por destruir la ficción de la interacción transparente, la abundancia comunicativa es plausiblemente un amigo potencial del proyecto democrático. Es cierto que muchos filósofos y entendidos están incómodos y que algunos, temiendo ensuciar la autenticidad con la representación mediada y el reemplazo de la razón con el irracionalismo, se aferran tenazmente a su creencia en los hechos, los datos, la argumentación racional y la Verdad, con la seguridad de que (como dice Pierre Bourdieu en *Raisons d'Agir* [1996]) en nuestra sociedad demasiada gente piensa demasiado rápido y habla demasiadas tonterías. Bourdieu y otros tienen derecho a expresar tales creencias, siempre que respeten los derechos de otros que piensan distinto. Porque el planteamiento que surge es cambiar el mundo para que aquellos que viven en él se vuelvan -como el personaje Ulrich que se burla de sí mismo en la obra de Robert Musil *Der Mann ohne Eigenschaften*- más capaces de nutrir un sentido sobrio de su gran complejidad, más conscientes de la necesidad correspondiente de tolerar la diversidad, y -a diferencia del Ulrich de Musil, que adopta una posición no participante en la vida, abjura de la acción y deriva con la marea- más capaces de cultivar el arte de proferir juicios sobre el mundo en público. Vivimos en tiempos aún plagados de pequeñas ortodoxias apestosas y pomposos modos de vida ávidos de poder, que en su mayoría son reacciones ante la desorientación. Mayores reflexiones sobre la abundancia comunicativa deberían enseñarnos que la mejor arma política contra tales ortodoxias y arrogantes ideologías, incluyendo la ideología de la

abundancia comunicativa, es cultivar el sentido de que sabemos que no sabemos lo que se tiene que hacer, que la vida requiere decisiones y que las decisiones requieren juicios y que la capacidad aprendida públicamente de escoger cursos de acción en una variedad de esferas públicas de diferente tamaño enredada por la complejidad es el arte democrático por excelencia.

Es verdad que la abundancia comunicativa no asegura automáticamente el triunfo de este arte democrático. La abundancia comunicativa tiene varios otros efectos, algunos de los cuales son inútiles o ligeramente dañinos en una democracia, mientras que otros son perversamente no democráticos. El bombardeo a las audiencias con una granizada de propagandas políticas -como en la campaña por el gobierno de California en 1998, en la que los televidentes de horarios estelares recibían hasta 30 spots del foráneo Al Cechchi en tres horas-, produce respuestas apolíticas gélidas como salir de la sala, cambiar de canal, apagar el aparato y concluir con un pesado suspiro que cuanto menos se sepa mejor se está. La abundancia comunicativa también produce un incremento definitivo en la falta de atención de los ciudadanos (Schudson). Mientras se supone que prestan atención a asuntos ajenos al hogar y al vecindario, y que la abundancia comunicativa les amplía sus horizontes espaciales de comprensión, los ciudadanos encuentran que cada vez les es más difícil prestar atención a la vasta emanación de los medios.

La abundancia comunicativa tiene efectos más perversos, tales como la promoción de una cultura de amoralidad displicente. En las democracias saturadas de información, el proceso de envío de mensajes está sujeto a lo que puede llamarse la Regla de la Indeterminación. Todas las opiniones mediadas se arrojan en un ciclotrón de mensajes de alta densidad que da vueltas y ésto implica que incluso las opiniones de los individuos que se han expresado más potentemente tienen necesariamente un significado contingente y efectos contingentes. El precio que un mensaje de los medios tiene que pagar no es sólo dinero e influencia, sino también aceptar el hecho de que el mundo de la comunicación mediada es sintácticamente laxo, multi-semántico, lleno de mensajes que se superponen y a veces se chocan, cuyo significado en última instancia es siempre determinado subjetivamente por los intérpretes o receptores de los mensajes. La Regla de la Indeterminación gobierna el mundo de la comunicación mediada al punto que alienta a las personas a que

floten sistemática y cínicamente sobre las mareas, olas y torbellinos arremolinados de la moda, a que cambien de opinión, a que hablen y actúen de modo displicente, a que abracen e incluso celebren ideas opuestas, a que repitan como el novelista y periodista británico A.N. Wilson al releer un artículo suyo ya publicado "¡Mierda! Yo pienso exactamente lo contrario! Pero sería ligeramente pomposo preocuparse, ¿No es cierto?"

El falso orgullo (término de San Agustín) de este tipo puede impulsar a las personas y a los grupos a hundirse dentro de sí mismos y a desdeñar descuidadamente el juicio de otros, en cuyo caso la Regla de la Indeterminación nutre un cinismo moral que tiene efectos sumamente corrosivos dentro de los regímenes democráticos. Sin embargo, vale la pena repetir que éste no es necesariamente el único resultado. Hay fuertes indicios de que la abundancia comunicativa, entendida como una tendencia sobre la cual se puede actuar políticamente, ayuda a empujar al mundo a aceptar que es complejo y diverso y a que, por tanto, el cultivo del arte de hacer juicios públicos sobre asuntos importantes para públicos de diferentes tamaños no es sólo importante políticamente, sino que para los individuos en tanto que individuos, se trata de un imperativo existencial. La abundancia comunicativa le recuerda a las personas que tomen mayor responsabilidad sobre dónde y cuándo se comunican. Ya han pasado los días en los que se bañaba obligatoriamente a los niños, se los escobillaba detrás de las orejas y se les ponía sus batas, para luego sentarlos a escuchar la BBC antes de irse a dormir. También se acabaron los días en los que millones encontraban las actuaciones radiales y cinematográficas del fascismo fascinantes. Hoy las personas se ven forzadas a reconocer que si tuvieran que involucrarse íntegramente en las múltiples producciones de los medios, rápidamente se volverían locas o serían barridas por la marea semi-estructurada de eventos que llamamos vida.

Lo viejo y lo nuevo de los espacios públicos en el Perú

Pepi Patrón *

En el libro "El nuevo espacio público" publicado en Francia en 1989 que recopila diversos artículos, Jean-Marc Ferry afirma lo siguiente: "Anunciar el título ambicioso de 'el nuevo espacio público' ya es índice de rechazo: el de una tentación siempre presente de formular un diagnóstico sobre la época actual en términos de un 'déficit', hasta de una decadencia, respecto del ideal, sea clásico, sea moderno, del debate público"¹.

Por ideales clásicos o modernos, se alude por un lado, al viejo modelo griego del ágora y a la importancia de un espacio público político que en su diferencia respecto de la vida privada implicaba una relación dialógica entre ciudadanos iguales entre sí, modelo retomado con mucha fuerza en el pensamiento contemporáneo por una autora como Hannah Arendt, gran teórica del espacio público como espacio de acción concertada y de generación legítima del poder. Por otro lado, como ideal moderno, se alude al modelo burgués resultado de la Ilustración y centrado en la idea de *publicidad* en el sentido de hacer públicos los debates, las leyes, los juicios y la propia dinámica del Estado. La autonomía privada de la conciencia individual, núcleo del espacio público moderno, adquiere su propia fuerza crítica. Según

* Profesora de Filosofía del Departamento de Humanidades y asesora de las maestrías en Comunicaciones y Ciencia Política de la Universidad Católica.

¹ FERRY, J-M: "Las transformaciones de la publicidad política". En: *El nuevo espacio público*. Barcelona: GEDISA, 1992, pp. 13-27.

Habermas, quien confirió al espacio público burgués su *estructura teórica cabal* fue Kant con su concepto de *publicidad*. Kant sería al espacio público moderno lo que Aristóteles al antiguo, y por su parte, Kant a Habermas lo que Aristóteles a Hannah Arendt.

Me he permitido comenzar con este curioso paseo por la historia, porque hablar de espacio público normalmente significa pensar en estas dos grandes referencias canónicas de las que se quiere de alguna manera diferenciar *lo nuevo* que tiene *el nuevo espacio público*. Volveré en detalle sobre estas obligadas referencias canónicas. No por reverencia al canon sino por lo que trataré de mostrar como su vigencia en un país como el nuestro. Lo nuevo estaría constituido, por decirlo inicialmente y sin mayores preámbulos, por el carácter mediático del espacio público contemporáneo. Ello significa que en la actualidad son los medios masivos de comunicación los que hacen posible la comunicación de las sociedades con ellas mismas y entre ellas, permitiendo presentar a un público los múltiples aspectos de nuestra vida económica, social, política cultural o lo que fuere. El público es virtualmente toda la humanidad (y para mejor muestra el mundial de fútbol) que se ofrece a ella misma como espectáculo (el caso del partido Irán-EEUU, por ejemplo).

A esta expansión horizontal del espacio y su público, le corresponde también una dimensión vertical: los medios de comunicación, en particular los audio-visuales, pueden ser vistos como un medio (y valga la redundancia) privilegiado para la formación de identidades colectivas, a través por ejemplo de la apropiación de la propia historia, sea ésta de un individuo, de un grupo o de una nación². En la medida en que nos permite darnos una representación de nosotros mismos y formar nuestras identidades (pensemos, p.e., en las nuevas telenovelas que se producen en el Perú), también significan un desplazamiento importante de los límites entre lo privado y lo público, llegando a lo que yo llamaría extremos perversos en algunas de las versiones nacionales de los *talk shows*, a raíz de los cuales provoca invertir la vieja consigna feminista de “hacer público lo privado” por “dejar de hacer tan sórdida exhibición de lo íntimo” o “dejar lo íntimo en lo privado”.

² *Ibid.* pp. 19-20.

Lo nuevo del nuevo espacio público residiría entonces en el papel de los medios y de la notable circulación de información que ellos en la actualidad implican. No pretendo asumir posición nostálgica alguna y menos aún deficitaria por comparación con las concepciones canónicas de espacio público. Y no porque crea que no lo merecen, sino porque difícilmente se puede sentir nostalgia de algo que nunca se ha tenido. Creo que los viejos espacios públicos no son ni han sido una realidad plenamente desarrollada en un país como el nuestro, básicamente porque el Perú no es un país de ciudadanos. Somos deficitarios en general. No se trata de las carencias de los modelos, sino de las contradicciones de nuestra propia realidad. Los medios masivos de comunicación y el espacio público mediático que ellos traen consigo en el Perú nos confronta con una curiosa situación: nos hace ciudadanos del mundo en la medida en que nos hace partícipes de lo que sucede en cualquier lugar del mundo y ello en un país en el que ni todos ni todas somos ciudadanos o ciudadanas. De allí que los medios y su vertiginoso desarrollo nos confrontan con múltiples contradicciones que tenemos que enfrentar, como el hecho de tener que transitar, en nuestro país, del analfabetismo a la electrónica, es decir de una sociedad pre-moderna a una sociedad postindustrial y ello sin mayores preámbulos.

La importancia de espacios públicos de encuentro, de formación de opinión, de disensos y consensos, de diálogo ciudadano y de acción concertada es algo por lo que todavía tenemos que transitar. Aún en la época de Internet. Y en esta perspectiva pienso que sería muy peligroso sustituir procesos de formación de opinión por (supuestos) procesos de circulación de información, sin siquiera haber transitado por los primeros. No estoy postulando gradualismos ni determinismos en el desarrollo del debate público. Quiero poner de manifiesto las tensiones de *lo nuevo* en relación con la fragilidad de *lo viejo*. Ambos sumamente precarios en nuestro país.

Quiero ilustrar la importancia de esta tensión con un ejemplo, ejemplo de algo sucedido muy recientemente: Acaba de publicarse un libro sobre la percepción política de la juventud universitaria en el Perú. Mientras la investigación que hizo posible el libro se realizaba, tuvo lugar la famosa marcha de estudiantes de junio de 1997. Mientras el libro estaba en prensa, se realizaron dos nuevas marchas de estudiantes universitarios reclamando democracia e institucionalidad en el Perú. En la presentación del libro expusieron, entre otros, tres

dirigentes estudiantiles de tres universidades distintas del país, quienes estaban participando en las diversas coordinaciones inter-universitarias. La presentación de libro terminó, significativamente, con la exhibición de la página web de *Agenda Universitaria*. El testimonio de una de las estudiantes consistió en comentar lo que habían significado para ellos las reuniones de coordinación y los diversos y a veces fallidos intentos de ponerse de acuerdo sobre lo que querían y quieren hacer. Destacó, que yo recuerde, tres aspectos: que dichas reuniones configuraban un espacio de diálogo y confrontación donde cada quien estaba dispuesto a asumir su particularidad y su diferencia; un espacio de aprendizaje en la medida en que todos o casi todos estaban dispuestos en algún momento a ceder alguna de sus particularidades en vista al consenso; y un espacio de creatividad, donde por ejemplo se discutió largamente el asunto de salir a las calles con las manos pintadas de blanco o no. Contaba cómo para algunos esto podría significar quitarle *seriedad* a la manifestación -donde lo clásico y lo tradicional son las pancartas y las consignas-, incorporando un gesto más bien propio a los *clown*, que a una marcha de protesta. Contó cómo la discusión fue intensa y animada, y finalmente lograron el acuerdo que les permitió pasar a la acción concertada; acción en la que la fuerza de la imagen reemplazó en una medida importante la fuerza de las palabras. Esto sin duda tiene que ver con esta cultura de la imagen, en gran medida resultado de los medios tan propia de nuestro tiempo.

Hasta aquí Arendt, Habermas e incluso Charles Taylor hubieran estado felices escuchando dicho testimonio. Permítanme ahora un paréntesis teórico. H. Arendt y J. Habermas representan el punto de partida de la reflexión teórica contemporánea sobre este tema. En ambos casos *lo público* se entiende como una esfera abierta de discusión y deliberación sobre asuntos de interés común y lo común en sentido fuerte se identifica con lo público-político, es decir, con el Estado. Sus diferencias, sin embargo, dan testimonio de la complejidad del problema.

Para Arendt, a través del actuar concertado en el lenguaje, los seres humanos instauran espacios comunes, esferas públicas, que a su vez son la condición de posibilidad de la acción y el discurso, de los disensos argumentados y de los consensos. "Dondequiera que las personas se junten a establecer un suelo común y busquen tomar la iniciativa para incorporarse, con palabras y hechos, en los eventos que

tienen lugar a su alrededor, ellas han creado una esfera pública, un forum para la acción que es en sí mismo un resultado de la acción.”³ La esfera pública (o el espacio público) sería algo así como la condición de posibilidad de la acción común y es a la vez su fin, en tanto es aquello que se logra y se quiere preservar. En este sentido se considera que la concepción arendtiana de espacio público no es topográfica ni institucional. A este respecto Charles Taylor, en su propia definición de espacio público, lo considera como algo que “trasciende los espacios tópicos” o que constituye “un espacio común meta-tópico”⁴. Los espacios de acción común existen en tanto haya ciudadanos actuando.

De esta manera, lo público en tanto *espacio de aparición y mundo en común*, es correlativo con esta pluralidad que somos y que nos permite inter-actuar, discutir y actuar en vista a intereses y fines comunes. Es ello lo que nos permite ser una comunidad. Comunidad que, según venimos de decir, no sólo no excluye la pluralidad que somos, sino que de alguna manera se basa en ella. Los espacios públicos no son sólo esferas de acción libre, en el sentido clásico griego que podría implicar acción estrictamente individual, libre y competitiva (la dimensión *agonística* que subraya y critica, entre otros, S. Benhabib y estrictamente masculina como no han dejado de observar muchas escritoras feministas). Es a través del actuar concertado en lenguaje que hombres y mujeres instauran estos espacios públicos. Estos son fundamentalmente, entonces, espacios de *acción concertada*. A esta dimensión de la concepción arendtiana de la esfera pública Benhabib la llama la ‘perspectiva asociativa del espacio público’⁵, o espacios asociativos.

Es, según nuestra autora, en estas esferas públicas de acción basada en consensos donde se genera el verdadero poder político. En unas de sus distinciones más polémicas, que se enfrenta a casi toda la tradición de la filosofía y la ciencia políticas occidentales, Arendt define el poder no sólo como capacidad de dominación o de coerción de

³ HANSEN P., ARENDT, H. *Politics, History and Citizenship*. California: Stanford University Press 1993, p. 65.

⁴ TAYLOR, C., “Liberal Politics and the Public Sphere”. En: *Philosophical Arguments*. Cambridge, Massachusetts, London: Harvard University Press, 1995, pp. 264 - 270.

⁵ *Ibid.*, p. 77.

unos hombres por otros, sino como “capacidad humana no sólo de actuar, sino de actuar concertadamente”⁶. Allí donde la acción está vinculada al hecho de comenzar algo nuevo, de tener iniciativa, el poder está vinculado a la idea de acuerdo, de consenso: “la acción tiene un designio político y el poder no es otra cosa que la expresión pública de la acción”⁷. Ciudadanos actuando sobre la base de intereses comunes, en vistas a fines comunes, que se ponen de acuerdo a través de la palabra, estos son los elementos que configuran lo propio - además de los rasgos ya señalados- de la idea arendtiana de espacio público. Lo público no se define, entonces, por el contenido sustantivo de los asuntos que pueden ser de interés común -es decir, que se excluyan necesariamente asuntos relativos a los problemas sociales o al trabajo⁸- sino por el tipo de *procedimiento*⁹ que lo define: se trata de ponerse de acuerdo, sobre la base de un intercambio de opiniones, mediante el discurso y la persuasión, permitiendo la acción colectiva concertada. “Diversas locaciones topográficas devienen espacios públicos en tanto se convierten en lugares de poder, de acción común coordinada a través del discurso y la persuasión.”¹⁰

En el caso de Habermas, el concepto de espacio público está directamente vinculado al ámbito de la sociedad civil; es más, el surgimiento de la esfera o de las esferas públicas sólo es posible históricamente con el surgimiento de la sociedad civil. Para nuestro autor es claro que no se puede demostrar la existencia de una esfera pública, separada de la esfera privada, hasta el siglo XVIII, correlativa a la sociedad civil y al Estado. Sin embargo, no es en tanto agentes del mercado que los miembros de la sociedad constituyen la esfera pública. Sin entrar en los detalles de la minuciosa descripción histórica que hace el autor del surgimiento del espacio público, podemos retomar los

⁶ ARENDT, H., *Sobre la violencia*. México: Ed. Joaquín Mortiz, 1970, p. 41.

⁷ RICOEUR, P. “Pouvoir et violence”. En: *Ontologie et Politique: Hannah Arendt*. Paris: Editions Tierce 1989, p. 147.

⁸ “Como piensan algunos autores críticos de Arendt”, cf. Benhabib, S. *op cit.*, p. 80, o MCCARTHY, M. “On Hannah Arendt”. En: *Hannah Arendt: The Recovery of the Public World*, New York: Melvyn Hill, ed. St. Martin’s Press, 1979 by, pp. 315-316.

⁹ *Hannah Arendt: The recovery of the Public World, op.cit.*, p. 173. Volveremos sobre la importancia de lo “procedimental” a propósito de J. Habermas y su concepción de la esfera pública.

¹⁰ BENHABIB, S., *ibid.*, p. 78.

elementos básicos de su definición: por esfera pública se entiende un dominio de nuestra vida social en el que puede formarse algo así como la opinión pública; el acceso a la esfera pública está abierto, en principio, a todos los ciudadanos en tanto tales: no actúan como gentes de negocios, ni como profesionales conduciendo sus asuntos privados. Los ciudadanos actúan como un público cuando tratan con materias de interés general sin estar sujetos a coerción; por lo tanto, con la garantía de que puedan asociarse y unirse libremente y expresar y hacer públicas (*publicize*) sus opiniones libremente. En su origen histórico, el principio del espacio público es el discurso público crítico. Se habla de una esfera pública política, a diferencia de una esfera pública literaria, p.e., cuando las discusiones públicas conciernen a objetos vinculados con la práctica del Estado¹¹.

Lo propio de la esfera pública en sentido político, entonces, es que en ella ciudadanos no sometidos a coerción ninguna, tratan discursivamente de asuntos de interés general y vinculados con la práctica del Estado. El espacio público es, así, espacio del ejercicio de una racionalidad crítico-discursiva, capaz de generar consensos, la misma que dentro de la teoría actual de Habermas, es una forma particular -entre otras- de racionalidad.

El surgimiento de una esfera pública autónoma de razonamiento político y de discusión es también central al proyecto moderno. La noción habermasiana de esfera pública está directamente vinculada al ámbito del discurso práctico. El espacio público viene a existir cuando quiera y donde quiera que todos aquellos afectados por normas (generales) sociales y políticas de acción se involucren en un discurso práctico evaluando su validez. El diálogo ciudadano al interior del espacio público se juzga de acuerdo a los criterios del *discurso práctico*. El discurso práctico apunta a lograr un consenso racionalmente motivado sobre las normas sociales. El mundo social encarna objetivamente pretensiones normativas expresadas en el discurso práctico, pero este discurso a su vez anima o transforma la vigencia de las normas. Cuando la rectitud normativa de una norma social es o ha sido cuestionada, los actores sociales tienen frente a sí tres alternativas: pueden tornarse hacia la acción instrumental, pueden interrumpir toda

¹¹ HABERMAS, J., *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili Ed., 1981, p. 231.

discusión y seguir cada quien por su lado o pueden continuar interactuando prácticamente entrando en una discusión crítica sobre la validez de la norma en cuestión. Esta última alternativa es la propia del discurso práctico.¹²

En cuanto a las condiciones que hacen posible tal asentimiento, en orden a que todos los afectados tengan una efectiva igualdad de oportunidades para asumir un rol en el diálogo, tiene que haber -de parte de todos- un mutuo y recíproco reconocimiento, sin coerción, en tanto sujetos racionales autónomos cuyas pretensiones serán admitidas si es que se basan en argumentos válidos. Dicho brevemente, siguiendo a Cohen, los principios procedimentales que subyacen a la posibilidad de lograr un consenso racional sobre la validez de las normas implican: *simetría*, *reciprocidad* y *reflexividad*. S. Benhabib resume estos principios procedimentales como una norma de comunicación que se puede llamar *reciprocidad igualitaria*.¹³ En última instancia, según la vieja fórmula habermasiana, se trata del principio normativo de un “diálogo libre y sin restricciones entre individuos racionales”.

En cuanto al contenido posible (siempre a nivel formal) de los consensos obtenidos a nivel del discurso práctico, la idea principal de Habermas es que las normas en torno a las cuales se obtiene acuerdo “deben articular intereses generalizables”, según decíamos al citar el principio de universalización. Esta idea de intereses generalizables, como eventualmente opuestos a lo particular, a las necesidades privadas o a los valores específicos, ha dado lugar a algunas importantes críticas desde la perspectiva de género que no puedo dejar de mencionar. Ellas se concentran en el asunto del ‘interés general’: si según los criterios del discurso práctico, aquello que debe ser materia de discusión, acuerdos y consensos, son los *intereses generales*, la pregunta que surge es: ¿cómo saber cuáles son generales antes de la discusión? ¿cómo se pueden fijar esos límites de antemano? Justamente, propio de los movimientos sociales o de los grandes cambios sociales es convertir en asuntos de interés general lo que hasta entonces se había considerado particular, privado o no susceptible de discu-

¹² Seguimos aquí la exposición de Cohen y Arato en el Capítulo 8 de *Civil Society and Political Theory*, op. cit. pp. 345-421.

¹³ BENHABIB S., *ibid.*, p. 105.

sión pública. Este punto es particularmente importante desde la perspectiva de género. En la tradición del pensamiento político occidental, y según Benhabib hasta nuestros días, estas distinciones entre lo general y lo particular han servido para confinar a las mujeres, los asuntos de reproducción, de trabajo doméstico, de crianza y cuidado al ámbito *privado*, es decir, no de *interés general*. Estas cuestiones han sido consideradas asuntos de la *vida buena* (lo que en jerga filosófica liberal significa asuntos de opción de vida individual), de valores subjetivos, de intereses no generalizables. Han permanecido como asuntos pre-reflexivos e inaccesibles al análisis discursivo.

El estudio de Habermas sobre la transformación de la esfera pública tiene, sin embargo, un mensaje más bien aporético: la historia del espacio público y de la opinión pública que en él se articula es más un declinar que un transformarse. El público que razona en una esfera, en principio abierta a todos los ciudadanos, se transforma, en las sociedades contemporáneas, en un *público que consume*. Los ciudadanos se convierten en clientes. Según el diagnóstico histórico de Habermas, "el mundo modelado por los 'medios' es sólo en apariencia esfera pública". Con la pérdida de la noción de interés general y con el surgimiento de una orientación al consumo, los miembros de la esfera pública pierden su terreno común.

El espacio público político está caracterizado por un debilitamiento de sus funciones críticas. El *espacio público* aparece, no obstante, como el concepto que permite tender el puente entre el interés egoísta propio de sociedades de economía de mercado y orientaciones al bien común, entre *el cliente* y *el ciudadano*.

Estamos hablando entonces de espacios públicos como instancias que permiten la participación ciudadana en términos discursivos, como ámbitos que hacen posible un debate racional sobre cuestiones de interés general y que permitan la transformación de opiniones personales -a través de la deliberación- en una genuina opinión pública. Una democracia deliberativa así concebida es, entonces, una democracia participativa. Evidentemente, a nivel del aparato político del Estado, el Parlamento es el marco que institucionaliza el debate, la mediación de los conflictos entre intereses encontrados y el logro de consensos.

De esta manera, si el espacio público político no es lugar de aclamación, de propaganda, de clientelas, sino de 'generación comuni-

cativa de poder legítimo'¹⁴, sobre la base de los criterios procedimentales expuestos, se trata entonces del lugar privilegiado de formación de la opinión pública, entendida no como la suma de opiniones individuales *expresadas* en una encuesta de opinión, sino, a decir de Taylor, como resultado de la reflexión, que surge de la discusión y que refleja consensos activamente producidos. Lo propio de la esfera pública política es su capacidad de influenciar en las decisiones de las instituciones pertinentes: la opinión que se articula en estos espacios (una vez más, meta-tópicos) "debería ser escuchada por aquellos en el poder"¹⁵. La esfera pública es así un *locus* en el cual son elaboradas visiones racionales que deberían guiar a los gobiernos. Ello resulta, por cierto, difícil en momentos en que la esfera pública está dominada por medios de comunicación que no necesariamente significan participación o deliberación ciudadanas.

Taylor pone de manifiesto otros problemas que amenazan la existencia de la esfera pública como espacio de debate sobre asuntos de interés común: la hipercentralización y la burocratización de las sociedades de masas contemporáneas, ponen en riesgo la posibilidad de constituir tales espacios. De allí que el autor proponga "una multiplicidad de esferas públicas 'anidadas' (*nested*) unas en otras"¹⁶. Otro obstáculo serio para su constitución tiene que ver con grietas en la comunidad política. Estas pueden surgir por diversas razones: guerra de clases, exclusión de algunos grupos, obvia en sociedades caracterizadas por el multiculturalismo, lo que genera la existencia de fragmentación política, obvia también en países como el Perú.

Para este autor el riesgo mayor es el de la fragmentación, pues nos enfrentamos con gentes cada vez menos capaces de configurar propósitos comunes y perseguirlos. La fragmentación, siguiendo a Taylor, aparece cuando las personas se ven cada vez más en una perspectiva atomizada y menos vinculados a sus conciudadanos en proyectos comunes y en lealtades. "Se pueden sentir vinculados en algunos proyectos con otros, pero tienden a ser agrupaciones parciales y no la sociedad total: una comunidad local, una minoría étnica, los

¹⁴ HABERMAS, J., "Further Reflections on the Public Sphere". En: *Habermas and the Public Sphere*, op.cit., p. 452.

¹⁵ TAYLOR C., *ibid.*, p. 264.

¹⁶ TAYLOR C., *ibid.*, p. 280.

adherentes a alguna religión o ideología, los promotores de algún interés específico.”¹⁷ Una sociedad fragmentada es, para este autor, una sociedad en la que sus miembros encuentran grandes dificultades para identificarse con su sociedad política como con una comunidad. Surge de aquí un círculo vicioso: más impotente se siente el ciudadano, más se reconoce en una lógica de atomización, menos participa y así sucesivamente. “El gobierno se percibe como impenetrable, los gobernados como impotentes”. La consecuencia de ello es la no participación y la inacción.

Esto es precisamente lo que nuestros jóvenes estudiantes querían enfrentar. Querían participar y actuar. Es más, participaron y actuaron. Insisto, Arendt, Habermas y Taylor estarían felices. Sin embargo, el punto siguiente en la descripción de nuestra joven estudiante fue: y si todo esto no hubiese llegado a los medios de comunicación hubiese sido irrelevante. Creo que con esta consideración Habermas en particular no hubiese estado muy feliz dado su diagnóstico de los espacios públicos contemporáneos. Y nos tropezamos entonces otra vez con *lo nuevo*. Los medios configuran, ahora, un espacio público, que de alguna manera, determinan lo que existe y lo que no existe. El que una noticia, un personaje o un evento acceda a los medios de comunicación se convierte en un principio de valor social. “Lo que no pasa por la televisión o por la radio no existe” dijo alguna vez alguien en el Perú. El valor de algún acontecimiento o hecho pasa por su presencia o tratamiento en los medios. Y en ese sentido las desigualdades extremas que caracterizan a un país como el nuestro son el gran obstáculo para la realización de este espacio público mediático que los medios constituyen. A la inexistencia de un país de ciudadanos se suma a otra dificultad: la condición de ser privados, de la mayor parte de los medios de comunicación y de información. Están regidos por la lógica del mercado, y es legítima la pregunta de si promueven ciudadanos o promueven consumidores. En muchos casos se trata de crear una ilusión de consumo, una suerte de comunidad internacional de consumo, que permite a algunos estudiosos de los medios hablar ya no de la aldea global, sino del *supermercado global*, a decir de Rafael Roncagliolo, que los medios constituyen y al que nos enfrentan. No implican ese carácter deliberativo y dialógico que a mi juicio sigue

¹⁷ *Ibid.*, p. 282.

siendo el gran valor de los espacios públicos concebidos y realizados a la manera *clásica*. A propósito de la ya célebre metáfora de la aldea global, no hay que olvidar que se trata, en una fórmula que me parece espantosa, de una globalización fracturada, y que nosotros somos la fractura.

Umberto Eco propone la idea de que la televisión ha instalado la tiranía de la soledad del espectador frente a la pantalla, frente a la cual nuestra única libertad es la del *zapping* y nuestra posible crítica es apagarla. Frente a la avalancha de información en la que vivimos, todavía me parece valiosa, necesaria e irreemplazable la discusión de nuestros jóvenes sobre la pertinencia de tomar las calles o de pintarse las manos de blanco. No estoy segura de que esa deliberación y ese consenso sean posibles en el contexto del *nuevo* espacio público. Más bien lo preceden. Nuestro acceso a ello evidentemente sí; sólo si los medios los acogen, sólo si la información efectivamente circula, el debate público se puede ampliar y los podemos ver con sus manos blancas por la tele o enterarnos de su agenda en Internet. Pero para llegar a dicha acción y a sus eventuales resultados fue necesaria la generación de espacios previos, *clásicos* en el sentido de nuestro inicio. Creo que en el Perú es muy clara, todavía, la fragilidad de los viejos espacios y la precariedad de los nuevos. Ambos, sin embargo son imprescindibles hoy para construir un país de ciudadanos. Como en casi todos los ámbitos de nuestra vida es necesaria la convivencia de lo viejo con lo nuevo. Y ese es nuestro país.

Medios de comunicación y opinión pública

Giuseppe Richeri *

Enfocaré el tema de la relación entre los medios de comunicación y la opinión pública, haciendo referencia a Europa y en particular al caso italiano. Pienso que lo que ha venido sucediendo en Italia en los últimos años, permite apreciar de manera crítica el rol que normalmente se le atribuye a los medios de comunicación en el proceso de formación de la opinión pública, y establecer lo que se ha venido llamando *espacio público* o *esfera pública*. Intentaré por lo tanto ilustrar los aspectos cruciales de esta relación.

Primeramente quiero subrayar que el espacio público y por lo tanto el lugar de formación de la opinión pública constituido por los medios de comunicación, ha sido históricamente un espacio limitado a algunas categorías sociales, excluyendo a las grandes masas. Creo que esto es lo común en Europa y no sólo allí, en Italia es un fenómeno de tiempos recientes, incluyendo la época que precedió a la televisión.

Ustedes sabrán que en Italia hubo 20 años de régimen fascista, pero luego de la Segunda Guerra, con la proclamación de la República y, por lo tanto el retorno de la democracia, los medios de comunicación, los periódicos y la radio, fueron lugares de formación de opinión para grupos reducidos de personas. Y digo grupos

* Profesor de comunicación en la Universidad de Bologna (Italia) y en la Universidad de Lugano (Suiza).

reducidos porque entre los años 40 y 50 en muchas regiones italianas había un gran número de analfabetos, (aún en 1950-1952, en regiones como Calabria, Apulia y Cerdeña, había un 19-20% de analfabetos) y por otro, hasta inicios de los 50, el 65% de los italianos hablaba cotidianamente su propio dialecto. Estos dialectos no son solamente el idioma italiano hablado con un acento diferente, sino con palabras diferentes: los norteros no comprenden a los del sur cuando hablan dialecto y viceversa.

Esto significa que hasta los años 50 la mayoría de italianos en realidad no hablaba el italiano, siendo ésta una lengua escrita, mas no hablada. Este factor, unido al analfabetismo, hacía que la gran mayoría de la población no tuviera en los periódicos un espacio público de formación de su propia opinión, y la radio no funcionaba como alternativa. En realidad, en los años anteriores a la televisión (la televisión nace en el 54, pero recién se convierte en un fenómeno de masas a finales de los años 50), otros agentes actuaban como lugares de socialización de la información y de formación de la opinión pública, al menos en Italia: la Iglesia, las parroquias, y los partidos políticos masivos, que cumplían el papel que luego ocupó la televisión en el sentido de que no eran solamente lugares de transmisión de la información, sino lugares de entretenimiento.

A las parroquias se iba no solamente para escuchar la interpretación de los hechos por parte de la Iglesia sino también a jugar, para pasar el rato; así mismo se iba a las sedes de los partidos políticos de masa, la Democracia Cristiana, el Partido Socialista, no sólo para escuchar la presentación de diversos temas por parte de los responsables políticos, sino también a entretenerse, a jugar cartas, a jugar billar, de la misma manera en que se iba a un bar.

Por lo tanto estos lugares, que no eran medios de comunicación, eran sin embargo lugares públicos donde las personas se formaban una opinión. No obstante, existían algunas limitaciones: estos espacios públicos lo eran en el sentido de ser de acceso bastante libre, aunque con una orientación bien definida. No eran, por tanto, espacios públicos en la acepción de ser lugares donde se presentaban ideas diferentes. La formación de la opinión pública a través de estos canales era facilitada y favorecida por el hecho de que era fácil orientarse sin invertir demasiada energía: la Iglesia se hallaba de un lado y el Partido Comunista del otro, y estos dos polos cana-

lizaban la formación de la opinión además de los medios de comunicación.

El primer gran intento de crear un espacio público masivo para la formación de la opinión pública apareció con la televisión estatal, que -en gran medida aunque no completamente- corresponde a la acepción general de espacio público. Con esto me refiero a que en Italia, al igual que en otros países europeos, la televisión estatal nació para crear un lugar de representación de la pluralidad de ideas, tendencias y puntos de vista existentes en el país, y para permitir a las personas confrontar sus opiniones. Cuando digo que esto se dio en gran parte aunque no completamente, quiero señalar que en Italia, así como en otros países europeos, la televisión estatal nació bajo la influencia de los partidos políticos de mayoría en el Gobierno. El único caso donde esto fue menos evidente es Inglaterra, donde se estima que la BBC ha sido el único servicio público que, si bien no gozaba de total autonomía frente al poder político, sí podía exhibir un mayor grado de independencia.

En Italia, por ejemplo, hasta el año 75 la televisión estatal dependía del Ejecutivo, del Gobierno, y sólo desde entonces pasó a estar bajo el control parlamentario. A pesar de ello, en lo referente a la programación, la televisión era un lugar de presentación pluralista de la información, de las ideas y de los puntos de vista, y ha sido el primer lugar o espacio público accesible para las masas.

La televisión se torna así en el primer gran medio de comunicación italiano, en el sentido de que también los estratos tradicionalmente excluidos de la prensa, por no saber leer o porque la lectura les resultaba un esfuerzo y no querían ocuparse de hacerlo, encuentran en ella un lugar cotidiano de circulación de información y un primer gran instrumento de integración nacional. Esto último no sólo se da desde el punto de vista lingüístico sino también del de una imagen cotidiana compartida, ya que por primera vez los sicilianos, los venecianos, los piemonteses, los romanos veían todos los días las mismas imágenes y tenían el mismo tipo de información. Entonces no compartían solamente la misma agenda, cosa que anteriormente no sucedía, sino también una imagen común.

Algunos historiadores y autores de investigaciones sociológicas y antropológicas hechas en los años 51-52, anteriores al nacimiento

de la televisión, mostraban que para algunas familias italianas les era más familiar Buenos Aires o Nueva York que una gran ciudad italiana de otra región: dada la gran inmigración, parte de la familia vivía en el extranjero con la cual se mantenían relaciones epistolares o de información afectiva muy fuertes. Esto hacía que tuvieran más presentes a ciudades como Buenos Aires o Nueva York en lugar de Milán o Turín, por ejemplo.

La televisión supera este factor y unifica la imagen nacional, a la vez que pone en circulación informaciones, opiniones y puntos de vista fácilmente accesibles para todos. A medida que la televisión crece en su papel, entran evidentemente en crisis los agentes de socialización precedentes, y se torna en un fenómeno de masa; era una época en la cual la televisión aún tenía un solo canal. Desde el año 61 habrán dos canales y todos los telespectadores se agruparán en torno a una u otra programación, generándose una enorme división. Estamos en los años en que, quienes tomaban el tren o el ómnibus por la mañana, o quienes iban a un bar, escuchaban comentarios a las noticias de la noche anterior, ya que probablemente todos habían visto una programación común. Este hecho sería un fuerte elemento de unión social, pues permitía a las personas comentar lo visto e intercambiar opiniones, ya que casi todos habían escuchado el mismo noticiero, la misma información y las mismas ideas, aunque sus puntos de vista fueran tal vez diferentes.

Cabe señalar que, aun cuando la presencia de la televisión creaba un gran espacio público nacional de información y formación de opiniones, dicha formación tenía jerarquías muy fuertes. La televisión servía como espacio público o esfera pública para los grandes estratos populares con un limitado o bajo nivel de instrucción y con un nivel de ingresos más bien medio o medio bajo. Mientras tanto, las clases altas y la burguesía más culta tenían como instrumento de formación no la televisión, sino los grandes encabezados de los periódicos independientes; grandes diarios como "La Stampa" o "Il Corriere della Sera", además de lugares específicos en los cuales las personas de la llamada clase dirigente intercambiaban ideas y se formaban opiniones. Estos eran lugares mucho más especializados, con información mucho más detallada y profunda, y por lo tanto daban lugar a una opinión más sofisticada, más elevada y cercana a la complejidad de la realidad.

Con ello quiero decir que, a pesar de que la televisión se convirtió en un gran espacio público, en ella, la circulación de la información y el grado de profundización era, sin duda, limitado y superficial con respecto a los espacios públicos reservados a la misma clase dirigente que anteriormente utilizaba los periódicos y que continúa utilizando sus propios canales de formación de opinión distintos a los canales de masa.

Pero éste no es un fenómeno italiano solamente. Recuerdo que a inicios de los años 80 hubo una investigación -a mi parecer interesante- que se llevó a cabo al mismo tiempo en el Japón y en los Estados Unidos de Norteamérica, que pretendía averiguar cuál era la fuente de información y formación de la opinión de la clase dirigente japonesa y estadounidense. Allí se detectó que los directores altos e intermedios de las empresas tenían como fuente de información los periódicos, y ninguno declaró que la televisión era su instrumento de información y formación de opinión. En Italia, a finales de los años 60, el 70% de los italianos declaró que la televisión era su principal instrumento de información y de formación de opinión, y el 40% sostuvo que la televisión era su único medio de información. Por lo tanto, pueden ver que no se trata solamente del poder que ostenta, sino también del hecho de que la mayoría de los italianos concebía la televisión como su principal o único medio de información, y por lo tanto el tipo de punto de vista u opinión que se formaba a través de la televisión estaba limitado por la capacidad del medio mismo que -como sabemos- da información sí, pero no de tipo analítico y reflexivo, o del tipo profundo que permite formar opiniones críticas o alternativas, digamos, al poder constituido.

Por lo tanto, es importante subrayar que la gran masa de la población encuentra un espacio público compartido de formación de opinión, espacio público que tiene características de información seguramente mucho más limitadas que los instrumentos históricamente utilizados por la clase dirigente.

Lo interesante, lo que me parece digno de resaltar, es que esta función o papel de la televisión en Italia como espacio público amplio, dura más o menos hasta fines de los 70. En el curso de los 80 se manifiestan algunos fenómenos que nacen en los años precedentes pero que maduran en los ochenta, y aparecen otros

fenómenos completamente nuevos que, según mi parecer, constituyen elementos de ruptura, de discontinuidad, e inician un proceso inverso. Así, después de que la televisión se había constituido en un gran lugar público de formación de opiniones y circulación de información, compartido por la gran masa de italianos, comienza a disolverse y fragmentarse. Pero esto no sucede por dinámicas internas de la televisión, -pues pienso que en Italia como en otros países europeos tenemos el defecto de centrarnos demasiado en los medios, se tiende a explicar la transformación de los medios a partir de ellos mismos- sino por el contrario, por las transformaciones que vive la sociedad.

¿Qué sucede en los años 80, específicamente en Italia y también en algunos países europeos? Primeramente, la maduración de los efectos de la escolaridad superior y el aumento de la capacidad de consumo de las familias genera un fenómeno de diversificación evidente: el gran público televisivo, que tenía la costumbre de agruparse en torno a uno o dos canales, empieza a diversificarse en sus gustos, estilos de vida, deseos e intereses, creándose al interior del gran público una serie de públicos cada vez más diferenciados. Es evidente que con el aumento de la cultura de masas y la educación superior, las personas adquieren criterios de selección y discriminación más sofisticados, más atentos, más selectivos en cuanto a su consumo cultural e informativo. Y éste es un fenómeno que en Italia se da de manera más evidente durante los 80, y genera un primer proceso de diversificación del gran público televidente. Este fenómeno se refleja, sin embargo, sólo en una parte de los elementos: en la fragmentación de los gustos y las tendencias del público, junto con la capacidad superior de consumo, y también en la organización de los medios de comunicación, en los periódicos pero aun más en la televisión.

Un segundo elemento que aparece en los 80 y se refuerza en los 90, es que dada la creciente desocupación y otros problemas relativos al trabajo, surge una nueva cultura laboral. La desocupación ha demostrado ser, no un problema cíclico de la economía sino un fenómeno estructural; se ha evidenciado que si bien el crecimiento de la economía es real, éste se da con una fuerte desocupación, y no hay instrumentos conocidos para resolverla. La correlación entre inversión y creación de nuevos puestos de trabajo tampoco se puede dar de la misma manera como se había venido dando histórica-

mente. Nótese que ahora, el sector donde el valor agregado crece más rápidamente es aquél del trabajo inmaterial, no del trabajo material.

A la desocupación se suma el sentimiento de amenaza que viven ante los trabajadores inmigrantes, al temer que les quite sus propios puestos de trabajo. Este fenómeno presente en otras regiones de Europa, en Italia, país que ha vivido una cultura de izquierda generalizada, trajo nuevos problemas: los italianos siempre se sintieron internacionalistas y solidarios, sobre todo con los pueblos y las personas menos favorecidos. Pero ahora, ante esta inmigración, por primera vez se encuentran ubicados en el lado opuesto, sintiendo que les usurpan su espacio de trabajo, en su propio terreno. Este es un elemento adicional a la crisis de identidad ciudadana, que se ha dado con algunos brotes bastante asombrosos de racismo. No pensaban ser racistas y descubren que es un sentimiento bastante difundido.

Desde el punto de vista de los medios de comunicación, los años 80 son la época en la cual termina el monopolio de la televisión estatal y comienzan a nacer otros canales nacionales y locales, generándose una multiplicación de emisoras y una fragmentación del público. Lo interesante es no solamente que con el paso de uno o dos canales a doce o quince, hay una evidente fragmentación del público, sino que hay también un cambio radical en el telespectador. Mientras hubo monopolio estatal, el telespectador era concebido como un ciudadano al cual había que proporcionarle puntos de vista, información e instrumentos de interpretación. Cuando surgen los canales privados, el ciudadano se convierte en consumidor: la televisión deja de dirigirse a los telespectadores como a ciudadanos que tienen necesidad de información sobre los problemas colectivos, para concebirlos más bien como consumidores potenciales a los cuales es necesario dar información referente a su consumo, es decir, orientarlos sobre cómo consumir.

Este factor se impone lentamente en la red de televisión, siendo ya más evidente a mediados de los 80, cuando la televisión estatal asume un papel muy similar al de la competencia en la televisión privada y también pasa a depender de la publicidad como un instrumento de financiación insustituible. Así la televisión, antes espacio público para las grandes masas de ciudadanos menos cultos

y pudientes, atraviesa por esta ruptura ante la multiplicación de canales y la transformación del status del telespectador de ciudadano a consumidor.

Esto es importante, porque el consumo se convierte para muchos en un instrumento de recuperación del sentido de identidad que -por los elementos que señalé anteriormente- había entrado en crisis. Por lo tanto, el estilo de consumo y los productos promovidos por la televisión se transforman en un factor más relevante que antes en la formación de la identidad de las personas, y esto explica en parte el éxito político del gran empresario televisivo privado, como por ejemplo Berlusconi, quien a través de sus canales es percibido, hacia finales de los 80, como el benefactor que entra en las casas y ayuda a las familias a escoger entre los innumerables productos de consumo aquéllos idóneos para el estilo de vida y el perfil de los individuos. Este es un elemento que reforzará la presencia política de Berlusconi en los 90.

Ahora bien, estos fenómenos de multiplicación de canales televisivos y diversificación del público, unidos a la mutación y fragmentación del telespectador, rompen el espacio público representado por la televisión estatal, repito, el espacio compartido ampliamente por las capas italianas menos cultas y pudientes, eliminando así un lugar público compartido que, como decía, exponía a los individuos a instrumentos distintos de formación de opinión y de reconstitución de la propia identidad.

Otro factor importante de los años 80, que incide sensiblemente sobre los medios de comunicación como instrumentos de formación de la opinión pública, es el hecho de que a partir de finales de los años 70 y principios de los 80 se asiste a una multiplicación de las fuentes de información. Con esto me refiero a que, desde los años 80, la mayor parte de las empresas, instituciones y entidades públicas y privadas se convierten también en productoras de información a través de la constitución de oficinas de prensa, de la creación de estructuras de relaciones públicas externas. Así se dedican, por ejemplo, a auspiciar eventos públicos, de manera tal que los periodistas -a quienes correspondía anteriormente la función de recorrer el país haciendo encuestas e investigaciones, y reunir información para luego distribuirla a través de los medios de comunicación masiva- cambian radicalmente de papel. Ahora los

primeros productores de información son los directamente interesados, y los periodistas -que abandonaron en gran medida este trabajo de búsqueda de la información e investigación de los hechos- se convierten solamente en receptores no analíticos, sin ninguna independencia con respecto a la gran empresa y al mundo económico y político. Obviamente no me refiero a todos sino a la mayoría, pero esta mayoría es ahora un receptáculo de información prefabricada por las empresas, los partidos políticos y diferentes entidades e instituciones. Este es un cambio importante para los periódicos y los canales privados de televisión, porque reduce fuertemente su autonomía informativa.

Quisiera agregar algo sobre la independencia de la prensa: en Italia, hacia fines de los 70 y los 80, los principales diarios que constituyen órganos de opinión, como "La Repubblica" y "Corriere della Sera", dejan de pertenecer a meras casas de edición y pasan a ser propiedad de grandes empresarios. El "Corriere della Sera" es de la FIAT, y "La Repubblica", que desde su nacimiento en el 66-67 pero sobre todo en los 80 asume una posición líder en la prensa nacional, pertenece ahora a otro gran industrial, De Benedetti, propietario de la Olivetti, una conocida empresa electrónica. Por lo tanto, también desde este punto de vista, la independencia de la prensa se reduce en enorme medida, porque evidentemente, al estar ligados a intereses industriales muy poderosos, no podemos ya considerarlos independientes. La famosa autonomía de la esfera pública es cada vez más reducida.

Los años 80 trajeron el final -podemos llamarlo así- de lo que por lo menos durante 25 años fue un gran espacio público, donde se contribuía a formar la opinión de las grandes masas italianas. Aún con la limitación de estar en parte bajo la influencia del ejecutivo, la programación televisiva se presentaba como un espacio público. Luego, en los 90, entramos a la etapa de fragmentación de los medios de comunicación, creándose una nueva situación: por un lado se pone fin a lo que históricamente era considerado *esfera pública*, porque ya no están dadas las condiciones para contar con un espacio accesible a las masas que permita la circulación de ideas y la confrontación de opiniones; y por otro lado, la aparición de una crisis de identidad ciudadana, ligada a la decadencia de ciertos

espacios laborales y al cuestionamiento de la ciudadanía propia en confrontación con los que vienen de fuera.

A mi parecer, lo interesante que se observa en este nuevo escenario es la existencia de una voluntad para reconstruir el propio sentido de pertenencia, de identidad y ciudadanía, mediante un regreso a las dimensiones locales. Durante los 90, las formas de participación y de confrontación de las opiniones se vuelven más fuertes a nivel de la ciudad y municipalidad que a nivel nacional. A nivel nacional se registra un fenómeno de desilusión y de pérdida de afecto hacia los grandes partidos, trayendo consigo una crisis de organización en ellos. Piensen en los grandes partidos como el socialista, el comunista o el demócrata cristiano, que en los 60 y 70 tenían una capilaridad, una presencia enorme. Las sedes de los partidos estaban presentes en todas las ciudades, en los pueblos y hasta en los barrios. En los 90 esto se termina y se produce un rechazo con respecto a los grandes partidos de masa, y un regreso a la búsqueda de la identidad política, de la identidad de los ciudadanos, con el intento de crear una nueva esfera pública, un nuevo espacio público para la confrontación de las opiniones a nivel local.

No hay que olvidar que junto a la fragmentación de los grandes partidos nacionales, se toma conciencia de que la formación de opiniones representativas para el debate de los grandes temas nacionales, ante su complejidad, se requiere de una enorme competencia. Para que esta competencia se dé a nivel nacional, es necesario invertir mucha energía, mientras que el nivel local es más controlable: es más fácil tener una actitud de participación y es más fácil, también, el intercambio de opiniones y puntos de vista. Esto es interesante, porque no constituye solamente un cambio profundo, el final de lo que describí como un espacio compartido nacional donde se daban los elementos para la formación de la opinión pública, sino también un retorno a un territorio sobre el cual es posible reconstituir una identidad política y social, un sentimiento de pertenencia y ciudadanía que reúne las condiciones para hacer uso de los nuevos medios que poco a poco se ponen a disposición.

Hoy en día, desde el punto de vista de formación de la opinión pública, el fenómeno más interesante es, a mi parecer, la aparición de las llamadas redes cívicas, que son redes basadas en los servicios

tipo Internet, creadas por las municipalidades como redes de comunicación local. Están destinadas sustancialmente a cumplir tres funciones diferentes: en primer lugar la de poner a disposición, en condiciones económicas muy accesibles, todos los servicios tipo Internet, desde el correo electrónico hasta la posibilidad de entrar en los *website*, etc. Con ello, los municipios pretenden crear las condiciones para la llamada *alfabetización* en los nuevos medios de comunicación. Una segunda función, es la de crear instrumentos de participación de los ciudadanos en los procesos de decisión de la administración pública. ¿Qué significa ésto? Significa que estos municipios se comprometen a publicar en la red todos los documentos, procedimientos y declaraciones que preceden a la toma de decisiones a nivel de la municipalidad y de la administración pública, a fin de que los ciudadanos evalúen el mérito de los diversos puntos de vista, y a la larga intervengan a través de la misma red. Este segundo elemento parece comenzar a estimular la participación, no de todos los ciudadanos (luego veremos por qué), pero sí de una buena parte de ellos, de un sector que se interesa cada vez más por estos fenómenos. Y una tercera, es la de crear un instrumento de comunicación de libre acceso, es decir, abierto a todos, que permita a los ciudadanos intercambiar puntos de vista. Estamos sólo en los inicios, porque estas redes cívicas son recientes, pero el fenómeno parece estar creciendo.

Evidentemente hay que observar estas nuevas experiencias, así como todos los nuevos medios de los que se habla desde hace mucho tiempo, como la televisión temática, la televisión interactiva, los servicios de vídeo sobre demanda, etc. Se trata todavía - en lo que se refiere a Italia, pero en realidad a toda Europa - de actividades que comprometen a un número aún limitado de personas, al igual que el Internet. Actualmente este tema es el centro del debate en Italia, pero si averiguamos el número de personas que tienen un acceso a Internet, vemos que son porcentajes muy bajos. Creo que hoy día las personas que tienen este acceso en Italia en sus hogares son entre 800 y 900 mil, por lo tanto, menos del 3-4% de la población italiana, un número aún limitado, y es todavía difícil percibir si estos nuevos instrumentos de comunicación podrán realmente tornarse en espacios de circulación de ideas e información y en instrumentos para la formación de una opinión propia, pero, repito existen estas experiencias interesantes.

Para concluir, es necesario hacer un par de observaciones. En primer lugar, pienso que dado el proceso de fragmentación del público y de los medios de comunicación por un lado, y por otro el hecho de que para formarse opiniones sobre temas de interés colectivo se requiere de una competencia cada vez más compleja, es necesario que las personas que tienen el deseo y el interés de hacerlo deban invertir la energía necesaria. En otros términos, hasta hace algunos años el formarse opiniones sobre temas de interés general era más sencillo, debido a la existencia de grandes corrientes lógicas, lo cual facilitaba tomar partido.

Hoy es más difícil, y requiere una inversión de energía superior. Sin embargo, quien tiene esa capacidad seguramente dispone de herramientas de primera clase para obtener información y formarse opiniones de manera más profunda y precisa, lo que quiere decir que el acceso a la información y a las noticias será más fácil. Pero también surgirá un factor discriminatorio muy importante entre quienes puedan invertir energía en alguna estrategia de conocimiento a través de estos medios de comunicación, y puedan por tanto formarse opiniones sofisticadas, y quienes no tengan ni los instrumentos ni la energía para invertir el tiempo y atención requeridos, encontrando así muchas dificultades para formarse opiniones sobre temas de interés general.

En conclusión, creo que, de no surgir nuevas herramientas que hoy es difícil vislumbrar, el desarrollo de los nuevos medios crea una brecha importante entre estas dos categorías de personas, y esto ya lo estamos viendo en Italia. Hay un grupo creciente de personas, entre las que participaban en el debate político o en la organización política, que no tiene ni la intención ni el deseo de invertir energía para formarse opiniones sobre los grandes hechos y temas nacionales, y no participa ya en el debate político.

Por lo tanto, en definitiva ya no será posible en el futuro razonar en términos de opinión pública o de espacio público como se hacía hasta los años 70 y 80. La evolución de la sociedad continúa, y lleva a una fragmentación y a una diferenciación de los lugares de información, y también de los intereses o de la necesidad de formarse opiniones sobre temas generales. Pienso que tal vez esto nos permita utilizar los nuevos medios de comunicación para encontrar nuevas soluciones y aplicaciones, pero debemos recordar

que la lógica económica subyacente a la utilización de estos instrumentos y medios no siempre toma en cuenta los intereses de los ciudadanos.

II. ¿Sociedad de la información?

¿Qué es la sociedad de la información?

Asdrad Torres *

Al evocar los conceptos de *ciudadanía* y *sociedad de la información*, podríamos tomarlos a ambos como adquiridos: el primero simbolizaría la ambición democrática, el segundo poseería el sentido de las mayores transformaciones sociales, es decir, de la sociedad en su conjunto, las ya comenzadas y las que vendrán. Si bien ambos conceptos ameritan un cuestionamiento, nuestro propósito aquí es el de cuestionar sólo el segundo. ¿Qué es la sociedad de la información?

Podríamos sentirnos tentados de responder a esta pregunta enumerando las características, más o menos numerosas y coherentes, de una sociedad en camino de construcción. Siguiendo esta misma lógica, podríamos fijarnos como objetivo esbozar sus rasgos dominantes, en términos de información, de comunicación y de tecnologías¹ adyacentes. Luego de lo cual no nos quedaría más que concluir indicando el impacto social, o mejor: *societal*, de la revolución en curso. Pero, ¿para qué repetir lo que informes oficiales, políticos profesionales, gerentes y medios de comunicación nos machacan desde hace años?

* Profesor de la Universidad de Rennes 2 (Paris, Francia) y colaborador de Le Monde Diplomatique

¹ Nuevas, forzosamente nuevas.

Tal procedimiento equivaldría, sobre todo, a una maniobra evasiva. Si partimos del supuesto según el cual el concepto² de *sociedad de la información* sirve para describir una nueva sociedad en proceso de formación, entonces el procedimiento sería puramente tautológico³. Como a lo que este seminario nos invita es a interrogarnos sobre el tema, nuestra respuesta debe, al menos, intentar abordarlo con una mayor amplitud de miras. Entenderemos, por lo tanto, la cuestión de partida como una interrogante sobre la validez, la operacionalidad intelectual, la génesis y el interés por la noción de *sociedad de la información*.

Caracterizar una sociedad por un solo término es de por sí⁴ un desafío. Sólo puede hacerse honestamente (ex)poniendo un marco epistemológico que fije el valor y el alcance de la noción así *elaborada*. Pero éste no ha sido, ni mucho menos, el proceder que se ha seguido previamente a la difusión masiva de este término. A fin de cuentas, uno se encuentra desarmado al querer dar sentido a lo que ya no es más que una fórmula, o un slogan. La dificultad de la explicitación no depende tanto de la complejidad⁵ de la sociedad que queremos describir como de la confusión metodológica con la cual nos consagramos a la tarea.

Esta contribución no pretende resolver este desafío. Deseamos tan sólo suscitar algunas interrogantes para alimentar una reflexión que hace mucha falta hoy en día. En este terreno, como en muchos otros campos de las ciencias sociales, los recursos y los procesos de valorización orientan nuestros trabajos de investigación hacia el *peritaje*, en perjuicio del espíritu crítico que debería presidir a la actividad científica.

El éxito reciente –a escala masiva– del término *sociedad de la información* (SI) ha sido ampliamente preparado desde mediados de los años setenta. Candidato a reemplazar al término *sociedad de consumo*, comparte con él la imprecisión y la ambigüedad. En

² El término *noción*, incluso *pre-noción* sería más apropiado.

³ Los matemáticos perdonarán esta concesión al sentido común, particularmente a la confusión hecha entre sistema formal y teoría.

⁴ *A fortiori* si se trata de una caracterización universal, planetaria.

⁵ Complejidad sobre la que no es necesario pronunciarse en este momento.

efecto, aceptémoslo o no, lo que es preciso constatar es que el término SI no nos ofrece suficiente información. Así como todas las sociedades consumen, todas comunican. En ambos casos, la caracterización de la sociedad se justifica por un elemento muy trivial: el nivel elevado de consumo, o de comunicación. Los indicadores utilizados para medir el nivel de comunicación son índices de consumo (comercial) de bienes y servicios de información y de comunicación, de modo que la SI se presenta ante todo como una continuación especializada de la sociedad de consumo y no como una ruptura. En lo que respecta al supuesto misterio de una autosuperación por ruptura cualitativa derivada de una evolución cuantitativa -lo que justificaría un cambio terminológico como el indicado-, semejante misterio sólo parece revelarse apoyándose en la evidencia de su postulación⁶.

La llamada sociedad *de consumo*, generalizada en los países del capitalismo central apenas terminada la Segunda Guerra Mundial, bien habría podido caracterizarse por otros fenómenos, tales como: la intensidad y el éxito de las luchas sociales, la reducción masiva del tiempo de trabajo, la legitimación de la ruptura de la sincronía entre el trabajo y las exigencias de la producción mercantil, la extensión de la protección social, el desarrollo masivo del acceso a los servicios de salud y a la educación, la concesión de derechos políticos a las mujeres, su acceso al mercado de trabajo, su derecho al dominio de sus cuerpos. Rindiendo tributo al economicismo⁷, se puede naturalmente sintetizar estos procesos aludiendo al aumento del poder adquisitivo y del consumo de bienes y servicios culturales, educativos, de recreación y de salud. Es, sin embargo, difícil ignorar la toma de posición que subyace a esta caracterización.

¿Y qué pasa con la caracterización de la sociedad de hoy en día? *Sociedad de la información* (SI) no es evidentemente el único candidato. Ella se halla incluso bastante lejos en la lista, si nos dedicamos a enumerar las transformaciones que la mayoría de mujeres y hombres de este planeta viven diariamente. Los organismos inter-

⁶ Eventualmente también se utiliza como apoyo una referencia mística a los procesos caóticos.

⁷ Se trata realmente de economicismo y no de *economicismo liberal*, fórmula hueca alimentada por buenos sentimientos.

nacionales, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, la Oficina Internacional del Trabajo, pasando por el Banco Mundial, proporcionan un número de indicadores convergentes que nos conducen hacia otras pistas.

Así pues, la expresión *sociedad de la información* hace las veces de gesto oratorio para describir un mundo en el cual: un tercio de la población vive en condiciones de extrema pobreza; un cuarto no tiene acceso a agua potable; un quinto sufre de hambre y sólo recibe el 1,5% del PBI mundial mientras que el quinto más rico acapara el 85%; las 100 personas más ricas ganan tanto como los 1,200 millones más pobres; 2500 millones de habitantes no tienen acceso a redes de saneamiento, 400 millones no tienen acceso a escuelas y 600,000 pueblos están desprovistos de electricidad⁸... Desigualdades mundiales que se agravan en vez de reabsorberse con o sin tecnologías de información y comunicación (TICs).

Los países del capitalismo central no están a la zaga y conocen su propio proceso de segmentación social. El nuevo modo de regulación del capitalismo se beneficia de millones de excluidos económicos, sociales y políticos, y organiza la pauperización de decenas de millones de asalariados. Los promotores del modelo americano de *empleo pleno*⁹ señalan con optimismo que la tasa de desempleo desde 1995 bajó al nivel que tenía el año 1992 (5,5%). Se olvidan de que en el mismo lapso de tiempo la proporción de la población con niveles de pobreza pasó de 3% a 18%. Los países de la Unión Europea siguen la misma tendencia por vías diferentes. Sólo en Francia, la proporción de *salarios muy bajos* pasó de 5% a 10% en la población asalariada entre 1983 y 1997.

Pese a no afectar la vida cotidiana de los miembros de los consejos de administración de las grandes empresas (trans)nacionales, de las élites político-administrativas o de los *think-tanks* que elaboran sus propias recetas ideológicas, ésta es la realidad de la inmensa mayoría de las poblaciones, en todas las latitudes. Vividas en el nivel

⁸ Como lo recordara, en febrero de 1995, el director general de la UNESCO a los representantes del Grupo de los 7 reunidos en Bruselas para celebrar la Infraestructura de la Información Global.

⁹ La exclusión es igualmente un dato estadístico ya que los excluidos salen de la población activa y, por tanto, de quienes buscan empleo.

local, nacional, regional y mundial, ellas justificarían que designemos a esta sociedad como la *sociedad de la desigualdad*.

Este análisis no agota el tema, pues es muy poco lo que nos aclara sobre los nuevos (o reactualizados) mecanismos que generan o agravan estas desigualdades. Entre tales mecanismos, el proceso general de desreglamentación / re-reglamentación juega un papel clave en la fragilización social y política. Si el Vicepresidente Albert Gore anuncia que “la SI va a cambiar nuestra manera de aprender, de cuidarnos, de trabajar, de gobernar, de vivir”, es fácil replicar que desde hace ya unos veinte años la ofensiva neoliberal se está haciendo cargo de ello. Con seguridad, el desmantelamiento, la reducción y la mercantilización de los servicios públicos en dominios tan fundamentales como la salud, la protección social o la educación, modifica los comportamientos y amplía la dualización de la sociedad.

Pero la desreglamentación no se reduce a la mercantilización creciente de las actividades humanas. Ella refuerza principalmente la violencia de las relaciones de producción volviendo a someter el trabajo al mercado. Lo que los expertos en gestión llaman *los flujos variables* se traduce en la sincronización de la producción en función de las ventas, sometiendo la actividad de la fuerza de trabajo a los vaivenes del mercado. La *flexibilidad* impuesta a los asalariados se expresa en horarios de trabajo dislocados, familias desfasadas, inseguridad del empleo, impredecibilidad del tiempo libre, colonización y fragmentación del espacio privado.

Por su parte, las nuevas *actividades* se ven atrapadas rápidamente en el doble imperativo de la disciplina y la rentabilidad. Se trate de servicios en general, o del trabajo intelectual en particular, la parcelación y la normalización¹⁰ se instalan con el soporte masivo de la reingeniería, la metodología o el *workflow*. La búsqueda de un modelo de regulación postfordista significa algo más que acomodarse a un retorno forzado del trabajo prescrito. La movilización de subjetividades anunciada por la implicación paradójica del informe Tayloriano clásico, se amplía por cierto, pero en el marco neo-Tayloriano de la producción en masa flexibilizada. Seguramente,

¹⁰ Por ejemplo, la familia de normas ISO 900x.

estas maniobras restauradoras de normas que se hallaban vigentes en el siglo XIX, modifican sustancialmente la relación con el trabajo de generaciones que habían visto ya mitigarse las presiones de la valorización del capital.

Proyectadas al conjunto de las relaciones sociales, las transformaciones en curso afectan igualmente el terreno político. El Acuerdo Multilateral sobre la Inversión (AMI), etapa mayor de un proceso de desreglamentación de los mercados financieros y comerciales, da la medida de lo que significa la libertad del capital. La subordinación del gobierno de los hombres al gobierno de las empresas redefine radicalmente el marco de validez de los derechos fundamentales. ¿Qué sentido darle a la democracia cuando la solidaridad y el ejercicio de la soberanía se convierten en delitos, cuando la libertad de las empresas prima ¡por derecho! sobre la de los ciudadanos, cuando las decisiones de un consejo de administración se imponen a la representación nacional? Una democracia reducida a insinuarse en los intersticios del mercado debería seguramente desembocar en una nueva forma de gobierno.

Querer describir a toda costa este proyecto social en marcha como *sociedad de la información* parece algo desfasado, incluso algo fuera de lugar. Pero no porque la información y la comunicación salgan indemnes de procesos tan profundos, ni que les sean indiferentes. La concentración del capital se traduce en una disminución acelerada de empresas que producen o difunden soportes de información. A la aspiración democrática, los estados mayores de los grupos multimedia responden con la segmentación de la clientela y la multiplicación de los canales. Sin desagradar a las sirenas del marketing, el *pluralismo* de las opiniones no llega a traducirse en una *diversificación* de los productos. Menos aún cuando la búsqueda de nuevos mercados debe conducir simultáneamente a un aumento de racionalización de la producción que garantice las ganancias y atraiga los capitales necesarios para salir a flote. Asistimos a una fase de industrialización de la mercancía informacional, en la cual el proceso de producción modifica tanto la relación de los productores con la información como la información misma.

Esta dinámica interna en el sector de los medios de información se ve reforzada por el creciente control que los grupos industriales tradicionales van tomando de las empresas del sector. Ya empieza a

ser bien visto, desde hace algunos meses, denunciar la ofensiva de Bill Gates contra las industrias de contenido. Sería lamentable sin embargo suponer por esta personalización que se trata de un caso aislado. Sólo en Francia, la cadena más importante de televisión pertenece al grupo Bouygues -un empresario de obras públicas- y el grupo más importante de edición y prensa es propiedad de Lagardère -un vendedor de armas-. Las estrategias de estos grupos no se traducen en diversificaciones de sus activos. La primera tribuna nacional vale tanto por las partidas publicitarias que atrae como por el soporte político que permite negociar. Es una variable de peso en la competencia por los pequeños y grandes mercados de infraestructuras, tanto para Francia como para la exportación. En el caso del armamento -otro mercado con fuertes implicaciones políticas-, la empresa editorial de gran difusión (o la especializada) brindan la ventaja suplementaria de ser una valiosa herramienta de inteligencia económica y tecnológica, ideada como tal.

Por más inquietante que sea, esta instrumentalización de los medios de información no es sino un aspecto del fenómeno más amplio de la instrumentalización de la comunicación. A través de los guiones de sincronización cooperativa, la organización neotayloriana moviliza y canaliza la intersubjetividad de los co-operadores. Convertidos en co-autores de su propia dinámica prescriptiva, no dejan de verse reducidos al papel que les asigna el proceso de producción. Apenas si algo mejor que en el pasado, no tienen capacidad de intervenir en la finalidad de la producción misma, siendo así que la empresa no les ofrece más espacio de valorización que el de co-organizar las condiciones de su trabajo alienado.

De la televisión interactiva a los paneles de clientes, pasando por *les portales* y el comercio electrónico, la interactividad prometida es toda ella producida y dirigida hacia la segmentación de los mercados. El ciudadano ve que se le ofrece un campo de expresión que habría de transformarlo en actor inteligente de su consumo, en *consumidor*. Es un horizonte que el marketing tecnológico quisiera convertir en irresistible. No obstante, lo que este esquema dirigido de intercambio se propone es más bien consumir los recursos materiales e inmateriales del individuo. Por un lado, fija el imperativo técnico-comercial que permite el acceso a este *El dorado*. Por el otro, no valoriza otra comunicación que la del intercambio mercantil y tecnificado de informaciones normalizadas.

La *hyper-comunicación* prometida por los nómades e interactivos multimedia es entonces la ilusión que viene a reemplazar a la *hiper-elección*, que era el desenlace mítico de la tecnología en la sociedad de consumo. Ella se desvanece sin embargo al contacto con las realidades socioeconómicas, con la evidencia de las desigualdades, con la desestructuración de los vínculos sociales. Pero la liberalización, que es correlativa a la instrumentalización generalizada de la comunicación, tiene como efecto contradictorio el transformar las acciones disociadas (producción, consumo, elaboración, trabajo, vida *privada*...) en actos sociales combinados. Así, el retroceso de la socialización controlada por los agentes, se conjuga con una hipersocialización especializada de un sujeto anónimo, enteramente consagrado al proceso de valorización del capital. Y la notable capacidad de las nuevas tecnologías para privilegiar las relaciones entre cosas similares, tiende a conducir al ciudadano individualizado hacia una forma de monólogo, singular o colectivo, mediado por pantallas y espejos.

¿Se construye ciudadanía en la sociedad de la información?

Rafael Roncagliolo *

Me parece muy interesante la iniciativa de este diálogo intercontinental entre Europa y América Latina para reflexionar sobre la interrogante: ¿Se construye ciudadanía en la sociedad de la información?

Permítanme dividir mi reflexión en tres partes: la primera, sobre el significado de la sociedad de la información; la segunda, sobre la noción de ciudadanía; y la tercera, conclusiva, sobre mi respuesta a dicha pregunta, como latinoamericano y peruano que soy.

Sociedad de la Información

Me gusta la expresión *sociedad de la información*. Advierto que viene bien a este diálogo, porque es un término europeo, frente al norteamericano y superficial *information highways*, y tantos otros con significaciones secantes o concurrentes pero que no llegan a la sinonimia. Por ejemplo, nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, transnacionalización, internacionalización, globalización de la economía y mundialización de la cultura (otra expresión europea introducida en América Latina por el brasileño Renato Ortiz y otros). Tampoco sociedad de la información y neoliberalismo, dicho sea de paso, son sinónimos.

* Profesor de la Maestría en Comunicaciones de la Universidad Católica.

Por supuesto, Norteamérica y Europa no sólo compiten en los mercados de las corporaciones transnacionales, las importaciones y las exportaciones. También en los mercados culturales de las terminologías. Transnacionales apareció en Europa y hubo que usarlo en inglés como *multinationals*. Para empezar a hablar de lo que hoy nos convoca, los franceses Nora y Minc inventaron el neologismo *telematique*, en su informe de 1978 para el Presidente de Francia; el año anterior, el americano Anthony Gettinger y sus compañeros de Harvard habían empezado a hablar del tránsito de las *communications* a las *communications*. Telemática permanece entre nosotros. Comunicaciones, en cambio, suena exótico.

De modo que América Latina es un territorio de competencia entre ambos lenguajes. No usamos ordenadores sino computadoras. Además (y aunque los españoles de España sí tengan sus ordenadores), a diferencia de los franceses, los hispanoparlantes, como los italo parlantes o los lusófonos, no hemos desarrollado un léxico propio para estos nuevos aparatos, lenguajes y cuestiones técnicas. De manera que nos viene bien dejar de hablar de nuevas tecnologías e introducir términos como éste de la sociedad de la información. Enriquece el nuevo mestizaje lingüístico-cultural de los universitarios latinoamericanos, en esta época en que la frontera norte de la producción cultural en español parece trasladarse de Barcelona a Nueva York.

Me gusta, además, el concepto de sociedad de la información, porque posee un contenido afirmativo (no como post-industrial o post-moderno) y porque alude a fenómenos trascendentes a cada innovación específica. Ayuda a superar las fascinaciones coyunturales, que nos acechan a los investigadores: en esta década es la tentación de que el *divortium aquarum* se produzca con Internet, a pesar de que Internet no es sino la punta del iceberg del conjunto de servicios de valor agregado, y un elemento más en la larga transformación global de los transportes en comunicaciones, que empezamos a vivir, hace rato, con la radio. Análogo embelesamiento se produjo en la década de los años 80 con la computadora personal. En la de los setenta, con el vídeo. En la de los sesenta, con los satélites. En los cincuenta, con la televisión. Y así para atrás, siempre con el riesgo de perder el bosque al encandilarnos con el nuevo árbol que retoña.

Lo cierto es que, cada vez más, europeos, norteamericanos, latinoamericanos, todo el mundo, coincide en un lugar ya común: no estamos en una época de cambios sino en un cambio de época. Pero hay diferencias ópticas notables en cuanto a la clasificación de las épocas y a la valoración de la envergadura de los cambios en curso. Parafraseando la imagen de plazos cortos, medios y largos, de Braudel, me parece que la sociedad de la información puede entenderse como un cambio de época en cinco niveles distintos, que, ordenados del corto plazo al largo plazo, son los siguientes:

- Visiones del corto plazo: nuevas tecnologías, post-fordismo (escuela de la regulación), gatesismo (Tremblay).
- Mediano plazo: tercera revolución industrial.
- Largo plazo: sociedad post-industrial (Bell, Touraine).
- Larguísimo plazo: cuarta revolución cultural. (Debray, McLuhan), postmodernistas.

Ciudadanía

A propósito de la ciudadanía, quisiera mirar con ojos latinoamericanos a cinco europeos contemporáneos: Jürgen Habermas, filósofo alemán; Giuseppe Richeri, italiano, eminente analista de la comunicaciones; Anthony Giddens, sociólogo británico; Manuel Castells, sociólogo catalán; y Régis Debray, humanista francés con antiguo y literal prontuario latinoamericano.

1. Jürgen Habermas y la declinación del espacio público

El pensamiento de Jürgen Habermas, y el de otros europeos igualmente preocupados por los espacios públicos y las comunicaciones (Arendt, Ferry, Wolton, Touraine, Boudon, etc.), tiene hoy en día una presencia sobresaliente en las universidades latinoamericanas, en las escuelas de filosofía y de ciencias sociales, tanto como en las de comunicación.

Para los fines de este ensayo, la idea principal de Habermas consiste en la declinación de la esfera pública desde mediados de este siglo. Esta constatación es tan importante como lo fue la idea de las industrias culturales introducida por sus antecesores intelectuales, la primera generación de la escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, Marcuse).

Por circunstancias a las que he aludido en otras oportunidades, y como ha pasado en otras latitudes, la difusión del pensamiento de Habermas en América Latina no se inició a mediados de los años 60 con la publicación alemana de su libro sobre la transformación de la esfera pública (1962), sino recién con su traducción y edición en inglés en 1989, 27 años después.

Los espacios públicos fueron la arena (independientemente de los gobiernos y de los intereses económicos) que establecieron las burguesías durante los siglos XVIII y XIX para desplegar el debate racional en el que se fundan el juego de la democracia y el ejercicio de la ciudadanía. La reforma parlamentaria y la libertad de prensa fueron las piedras angulares de la aparición de estos espacios públicos. El concepto de la esfera pública evoca, inocultablemente, la idea gramsciana de *sociedad civil*, también en boga en América Latina desde el fin de la última oleada militarista y, más aún, con la crisis de los sistemas de partidos y el desmontaje de los Estados (reflexión desde la derrota, como propone Juan Carlos Portantiero en *Los usos de Gramsci*).

Lo que ahora vivimos, según Habermas, es un proceso de regreso al feudalismo, de *refeudalización*, como consecuencia de la privatización de las comunicaciones y servicios públicos y de la pérdida de autonomía de los parlamentos. El *ethos* del servicio público es reemplazado por la ética publicitaria, y los servicios públicos son desmontados: radio y televisión, bibliotecas, museos y galerías de artes, servicios de información gubernamentales y hasta la escuela pública. El paisaje cultural de la sociedad de la información aparece así como un paisaje despojado de esfera pública, y, por lo tanto, ofrece una democracia y una ciudadanía endebles, frágiles, anémicas. Me parece que la pregunta *¿Se construye ciudadanía en la sociedad de la información?* alude directamente a esta cuestión.

Y uso a Habermas, para sentar una primera interrogante en la comparación entre Europa y América Latina: ¿Hubo entre nosotros una esfera pública, una democracia y una ciudadanía de envergadura, que la sociedad de la información pueda dismantelar, esté dismantelando o vaya a dismantelar?

2. *Giuseppe Richeri y las rentabilidades de la televisión*

En 1983, mi viejo amigo Giuseppe Richeri, editó el libro "La televisión: entre servicio público y negocio, estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental". Este libro, publicado originalmente en castellano por la editorial Gustavo Gili de Barcelona, sigue formando parte de la lista mínima básica de todas las bibliotecas -algunas ínfimas- de las casi 500 escuelas universitarias de comunicación que existen en América Latina; así como también su texto sobre nuevas tecnologías e investigación en comunicaciones, que tradujo y publicó Miguel Moragas con la misma casa editorial, en 1985.

Como se sabe, ha habido o había en el mundo, tres modelos de radio-televisión: el modelo soviético de control partidario-gubernamental (la radio del Consejo de Comisarios del Pueblo); el modelo europeo occidental del servicio público (tipo BBC, RTF, RAI); y el modelo americano del negocio publicitario (la radio creada por los productores de aparatos receptores: Westinghouse), que, hasta hace tres décadas era una curiosa particularidad del hemisferio americano y de unos pocos países asiáticos, pues las ex-colonias europeas de Africa y Asia siguieron el patrón organizativo de sus colonizadores, o sea el modelo europeo del servicio público.

Analizando la privatización de la televisión europea, el tema de Richeri, en este libro, es el de la existencia de dos lógicas antinómicas y antitéticas: la lógica de la rentabilidad económica de la empresa, basada en la competencia y en la publicidad, y la lógica de la rentabilidad socio-cultural, basada en el servicio al público, la educación y la cultura.

Mi segunda pregunta, a propósito de Richeri y análoga a la que me suscita Habermas, es la siguiente: ¿Es que ha habido en América Latina una radio y una televisión verdaderamente públicas, es decir autónomas frente al gobierno y frente a los intereses económicos? No necesito explicar que la respuesta es contundentemente negativa. Hemos tenido una pobre radio-televisión gubernamental (análoga, en todo caso, al modelo soviético), pero no un servicio público. Por eso, en Europa, que vive ahora la coexistencia, a veces pacífica, entre el servicio público y el negocio privado, la discusión sobre la construcción de ciudadanía puede incluir a la radio-televisión de una

manera y con un alcance impensables en América latina, donde la televisión es coto cerrado del negocio privado; parámetro y no variable para la vida política y el desempeño democrático.

3. *Anthony Giddens y la paradoja de la ciudadanía*

Anthony Giddens es hoy uno de los sociólogos cuyas obras se traducen más rápido al castellano y, sobre todo, al portugués. Su teoría sociológica de la estructuración y su libro "La transformación de la intimidad, sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas", son textos claves para entender la modernidad. Pero lo que aquí interesa es su noción de continuidad entre modernidad y sociedad de la información (una idea que, por cierto, se sitúa en las antípodas de los pensadores post-modernos, en su mayoría europeos continentales, que también hoy son de lectura corriente en las universidades latinoamericanas).

Para Giddens, las sociedades modernas han sido desde el comienzo sociedades de la información. De hecho, los conceptos de ciudadanía, democracia y Estado Nación pertenecen a la modernidad. La modernidad nace, además, con la estadística cualitativa alemana y con los registros de nacimientos y defunciones tempranamente establecidos en el Reino Unido, y que fueron punto de partida de la aritmética política inglesa, de la demografía y también de la sociología empírica. La democracia es inseparable de la noción de hombre medio de Quetelet. La revolución francesa y la revolución americana establecieron la necesidad de contar y manejar grandes números humanos.

En "The Nation State and Violence", publicado en 1985, Giddens retoma las nociones de Adorno sobre la sociedad administrada y de Foucault sobre las redes carcelarias, para establecer que la modernidad significa organización social y, por lo tanto, vigilancia de los ciudadanos: la sociedad de la información es una sociedad en que el Estado y las corporaciones pueden y tienen que saber todo acerca de las personas. De este proceso, iniciado con la democracia moderna y llevado a su clímax con la informatización, se desprende la paradoja de Giddens: "vigilar a los ciudadanos es la condición necesaria para que éstos puedan ejercer sus libertades". Su ejemplo más claro es el de la distribución de alimentos: hay que conocer al detalle los hábitos de consumo de cada comunidad

geográfica, para que en cada supermercado exista siempre, y nunca sobre, la cantidad de alimentos que permite a los ciudadanos elegir qué van a comer cada día. Por este camino, como lo recordara hace más de veinte años un europeo de Cataluña, Manuel Vázquez Montalbán, la opulencia de la información es miseria de la información.

Mi tercera interrogante, en la comparación entre Europa y América Latina tiene que ver con esta reflexión de Giddens: ¿Ha habido en América Latina algún desarrollo paralelo de la vigilancia y la capacidad de elección individual, aspectos que sí marcan la modernidad europea y norteamericana? ¿O somos más bien una región invitada a transitar del pre-industrialismo al post-industrialismo sin revolución industrial alguna de por medio; del analfabetismo tecnológico a la alfabetización tecnológica sin los siglos de alfabetización y escolarización que configuran la historia reciente de Europa; de la pre-modernidad a la post-modernidad sin haber saboreado la historia cultural de los tiempos modernos?

4. Manuel Castells, la información y el cambio urbano

El catalán Manuel Castells es un ciudadano de la globalidad. Emigró a Francia en 1962. Después de estudiar y enseñar en París-Nanterre, y antes de pasar a la Universidad de Montréal y a Berkeley, donde ahora es Profesor de Planeamiento, Castells vino a la FLACSO, en Chile (como Johan Galtung y tantos otros europeos que hicieron, en esos años, su servicio docente moralmente obligatorio en América latina). Enseñaba metodología y se dedicaba (se dedica aún) a problemas urbanos. En 1971, el Fondo de Cultura Económica publicó su libro "Problemas de investigación en sociología urbana", un verdadero clásico de la sociología urbana de inspiración marxista y de los tiempos althusserianos (sus trabajos, publicados en 1972 en inglés, por MIT Press, se titulan "The Urban Question, a Marxist Approach").

En 1989, Castells publicó "The Informational City". Introduce ahí, desde su punto de vista post-marxista y marxiano, la noción del modo informacional de desarrollo: un nuevo paradigma sociotécnico que se caracteriza por la emergencia del procesamiento de información como el corazón, la actividad fundamental que condiciona la

efectividad y productividad de todos los procesos de producción, distribución, consumo y administración.

Para lo que aquí interesa, Castells introduce las imágenes de la ciudad informacional, la ciudad global y la ciudad dual. Ciudad dual es New York, con Manhattan y Bronx. O Los Angeles. Pero también puede ser São Paulo o Ciudad de México o Lima.

Cuando llego a Castells, empiezo a encontrar, ya no tanto preguntas sobre diferencias, sino rasgos de la sociedad de la información que sí son comunes y globales entre ambas realidades.

5. Régis Debray y la mediología

Termino con otro europeo, también vinculado biográficamente a América Latina, aunque esta vez, no por razones universitarias sino político-militantes: el francés Régis Debray. Visto desde América Latina, tiene tres vidas: la primera transcurre muy entre nosotros, con su prisión y prontuario policial en Camiri, Bolivia, cerca del Che Guevara, y la producción de su teoría de la guerra de guerrillas titulada "Revolución en la revolución". La segunda corresponde a su estrecha colaboración con el Presidente François Mitterand. Su tercera vida se ha expresado en dos libros sagaces: "Cours de médiologie générale" (Gallimard, 1991) y "Vie et mort de l'image" (Gallimard, 1992).

Ya hemos vivido, treinta años atrás, el tránsito de las escuelas de periodismo a las facultades de comunicación. No sé si ahora pasaremos a los departamentos de mediología, como propone Debray. Pero, para lo que aquí importa, él coloca el hito del cambio de época, no en la informatización sino en lo audiovisual; como el canadiense Mc Luhan, aunque con bastante más finura y complejidad analítica.

En diálogo con los *tres estadios* de Comte, Debray clasifica la historia de la humanidad en tres edades: la logósfera, la grafósfera y la videoesfera. La razón por la que lo traigo a colación es por el paradigma que él dibuja de estas tres edades, del cual extraigo sólo tres dimensiones que se refieren: al estatuto del individuo, al verbo con el cual dirigirse a él y al modo de influir socialmente. Como es obvio, videoesfera y sociedad de la información no son sinónimos. Pero aparecen juntas.

LOGOSFERA	GRAFOSFERA	VIDEOESFERA
Sujeto 1	Ciudadano	Consumidor
Ordenar	Convencer	Seducir
Predicar	Publicar	Aparecer

¹(o, más bien, creo yo, súbdito/objeto)

La interrogante con la cual iniciamos esta reflexión puede entonces reformularse a tono con el lenguaje seductor de Debray: ¿Es que la sociedad de la información es necesariamente una sociedad en la que los ciudadanos son reemplazados por los consumidores, el convencimiento por la seducción, la publicación por la aparición?

¿Se construye o no se construye ciudadanía?

No quisiera, de ninguna manera, dejar la impresión de que pienso en América Latina como un territorio impermeable a la sociedad de la información y a la construcción de ciudadanía. No somos la América Latina que despertó tantas esperanzas de creatividad en los años sesenta, las mismas que fueron realizadas en la literatura o la teología, pero no en la política. Pero sí somos una región en la que tenemos proclamas y constituciones democráticas y ciudadanas (y hasta regímenes republicanos) más antiguas que los de varias naciones europeas. Por ejemplo, Alemania, Bélgica, España, Italia o Portugal.

Menos aún podría pensar así como peruano. Sólo en el último año, se han producido en el Perú tres textos que resultan claves para lo que aquí estamos tratando: el primero es el libro de Sinesio López, "Ciudadanos reales e imaginarios"; el segundo es de Carlos Franco y se titula "Acerca del modo de pensar la democracia en América Latina". El tercero, aunque cronológicamente primero, es el de Nelson Manrique: "La sociedad virtual y otros ensayos".

Lo que pienso, más bien, es que, introducidos como estamos en la sociedad de la información o la videoesfera, los desafíos de la construcción de ciudadanía son aquí aún mayores que en Europa:

En primer lugar, porque carecemos de un piso histórico, cultural y ético, constituido por los casi siglos de modernidad, escolarización, revolución industrial y esfera pública que Europa posee. Como

sugiere Sinesio López, nuestra ciudadanía ha sido más imaginaria y volitiva que real.

Y en segundo lugar, porque mientras la preocupación europea de hoy es, precisamente, la refundación de la noción de ciudadanía en el nuevo paisaje cultural de la sociedad de la información, me temo que en América Latina, las necesidades pragmáticas de la política, sobre todo los costos asumidos para salir de los regímenes autoritarios, están produciendo un tipo de actividad y de ciencia política empobrecidas, en las que la democracia se reduce a la celebración de elecciones y los proyectos y programas a ganarlas. Creo que el libro de Carlos Franco, sin el fuerte bemol de coyuntura nacional del de Tomás Moulián en Chile, constituye una fina y necesaria disección de esta práctica y esta teoría.

En mi opinión, la sociedad de la información no produce ciudadanía. Tampoco la destruye. Simplemente, forma parte del progreso de la humanidad. (¿Cómo no recordar el evolucionismo de Teilhard de Chardin, tan importante para los nuevos pensamientos latinoamericanos de los años sesenta?). La producción y el intercambio cultural han procedido más por acumulaciones que por clausuras. Así, contra lo que creían los sabios egipcios (condenaba Platón), la escritura no acabó con ellos. La imprenta terminó con el poder de los monasterios, tan bien retratado en la novela de Umberto Eco, pero abrió espacio a la alfabetización, a la escuela, a toda la modernidad y a las otras revoluciones industriales posteriores. El teléfono no terminó con los lenguajes gestuales y corporales ni con los encuentros personales. La sociedad de la información favorece la individualización, sin duda. Pero también ha alimentado la recuperación de la correspondencia personal, y permite transitar de la telefonía a la videofonía.

En suma, creo que la construcción de ciudadanía depende de los seres humanos y no de la técnica. La sociedad de la información puede ser vista como un peligro o como un aliciente para la imaginación. Escenarios nuevos demandan formas y actores nuevos. Hay que reformular la noción y la práctica de la ciudadanía para la sociedad de la información. Tengo frente a ella la misma actitud del europeo de Italia, Antonio Gramsci, y del latinoamericano de México, Tomás Vasconcelos: pesimismo de la realidad y la inteligencia, optimismo del ideal y de la voluntad.

III. Información y participación ciudadana

Información y ciudadanía en el Perú

*Sinesio López Jiménez **

“El ciudadano bien informado se sitúa en un ámbito que corresponde a un número infinito de marcos posibles de referencia. No hay fines preestablecidos ni límites fijos dentro de los cuales pueda buscar refugio. Debe elegir el marco de referencia eligiendo su interés; debe investigar las zonas de significatividad unidas a él; y debe reunir todo el conocimiento posible acerca del origen y las fuentes de las significatividades que actual o potencialmente se le imponen. En términos de la clasificación anteriormente utilizada, el ciudadano bien informado limitará en la medida de lo posible la zona de lo no significativo, sabiendo que lo que hoy carece relativamente de significatividad puede imponerse mañana como una significatividad primaria, y de que en la región de lo que se llama absolutamente falto de significatividad pueden residir los poderes anónimos capaces de vencerlo. Así, su actitud difiere tanto de la del experto, cuyo conocimiento está delimitado por un único sistema de significatividades, como de la del hombre común, que es indiferente a la misma estructura de significatividades. Por esta misma razón necesita formarse una opinión razonable y buscar información. Ahora bien, ¿cuáles son las fuentes de esta información, y qué motivos puede tener el ciudadano para considerarlas suficientes como para permitirle formarse una opinión propia?”. Alfred Schutz

* Profesor del Departamento de Ciencias Sociales y asesor de las maestrías en Sociología y Comunicaciones de la Universidad Católica.

El 20 de marzo de 1946 Alfred Schutz, el gran fenomenólogo de la escuela de Viena y destacado discípulo de Husserl, leyó en un seminario de la NW School for Social Research un pequeño trabajo que llevaba por título “El ciudadano bien informado. Ensayo sobre la distribución social del conocimiento”, uno de cuyos párrafos es la cita que inicia estas reflexiones.

Schutz sostenía que existía una distribución social de conocimiento en la que distinguía tres tipos ideales de formas del mismo derivadas de los diversos tipos de significatividad: el experto, el ciudadano bien informado y el hombre común y corriente. El experto se apoya en afirmaciones fundamentadas dentro de un campo restringido y claro. El ciudadano bien informado se mueve con opiniones razonablemente fundamentadas en los campos de interés mediato. El hombre común se maneja en diversas situaciones típicas de su vida cotidiana con conocimientos de recetas para alcanzar resultados típicos con medios típicos.

Schutz afirmaba que la distribución social del conocimiento dependía del interés de las personas, interés que, a su vez, definía cuatro regiones de significatividades decrecientes: *la significatividad primaria* que nos permite una máxima comprensión del mundo a nuestro alcance para cambiarlo o mantenerlo mediante nuestras acciones, *la significatividad secundaria* que brinda las herramientas o las condiciones para conseguir nuestro proyecto en campos que no dominamos del todo, *las zonas relativamente no significativas* que no tienen vinculación inmediata con los intereses a mano a no ser que cambie la situación y *las zonas de absoluta no significatividad* que no afectan nuestro mundo inmediato aunque ellas cambien bastando sólo “creer ciegamente en el porqué y el cómo de las cosas situadas” en dichas zonas.

Afirmaba asimismo que en el mundo moderno las interacciones entre las personas con sus respectivas significatividades tendían a desarrollarse en forma típica y eran crecientemente anónimas.

Schutz atribuía a lo que él denominaba el conocimiento de origen social y al conocimiento socialmente aprobado un papel central en la distribución social del conocimiento del ciudadano bien informado y señalaba cuatro tipos ideales de transmisión del conocimiento de

origen social: el testigo presencial, el informante privilegiado, el analista y el comentador.

Schutz sostenía asimismo que el conocimiento socialmente aprobado era la fuente del prestigio y de la autoridad y también el asiento de la opinión pública, y que dicho conocimiento tendía a desplazar a la opinión informada, atenta a diversas significativades, y terminaba imponiéndose como una realidad también significativa a los miembros mejor informados de la comunidad. Schutz expresaba sus preocupaciones sobre todo lo que esto implicaba para la democracia y concluía sus reflexiones con los rasgos típicos de lo que el profesor John Keane ha llamado un modernista nostálgico: "Aumenta el peligro -dice Schutz- cierta tendencia a interpretar erróneamente la democracia como institución política en la cual debe predominar la opinión del hombre común no informado. Por lo tanto, el ciudadano bien informado de una sociedad democrática tiene el deber y el privilegio de hacer que su opinión privada prevalezca sobre la opinión pública del hombre común".

Cuando Schutz escribió y leyó su ensayo no existía ni la televisión, ni la computadora, ni el satélite, ni la televisión por cable, ni el Internet que han producido una revolución cultural y comunicativa cuyos alcances este trabajo no pretende analizar.

Al estudiar el tema de la información y la ciudadanía en el Perú de 1998, en una época de profundos cambios culturales y tecnológicos en los medios de comunicación social, es indispensable levantar algunas preguntas sobre la vigencia o no de las ideas de Schutz sobre la cuestión del ciudadano bien informado. ¿Sigue existiendo el ciudadano bien informado como una entidad intermedia entre el experto y hombre común y corriente o ha sido destronado de su pedestal por la revolución de los medios? ¿Es sólo el interés el que define la distribución social del conocimiento y las diversas significativades? ¿Siguen siendo típicas y crecientemente anónimas las interacciones comunicativas de hoy, marcadas por las imágenes crecientemente interactivas? Si el ciudadano informado ha logrado sobrevivir a la batahola aparentemente aplanadora de la revolución comunicativa, ¿en qué medida sigue siendo válido el esquema de Schutz para analizarlo?

Teniendo en cuenta los datos referidos a la información y a la ciudadanía levantados en una encuesta¹ realizada a nivel nacional en 1997, mi hipótesis es que la distribución social del conocimiento y de la información de Schutz se mantiene parcialmente en pie. Pero añadido, primero, que dicha distribución no es sólo funcional al interés cognitivo, controlador y manipulatorio de las personas con respecto a sus zonas de operación sino que está atravesada por una profunda desigualdad que afecta los tres tipos ideales de conocimiento señalados por Schutz; y segundo, que la brecha entre el experto, el ciudadano bien informado y el hombre común y corriente no sólo no se ha reducido sino que se ha profundizado. El hombre común ha incrementado su nivel de información, pero el ciudadano informado y sobre todo el experto han alcanzado niveles inusitados.

En el Perú, la distribución de la información de la prensa escrita sigue siendo extremadamente desigual, pese a la reducción drástica del analfabetismo y al incremento de los niveles educativos de la población. El porcentaje de los que leen noticias en los periódicos todos los días es aún reducido: el 18%. Es cierto que la radio y sobre todo la TV se han popularizado como medios que sirven para escuchar las noticias *todos los días*: el 62% ve el noticiero de TV y el 50% las escucha por la radio. Pero la TV por cable y el Internet, por ejemplo, siguen siendo herramientas privilegiadas de un sector muy reducido de personas que tienen generalmente un mayor nivel educativo y un mayor nivel de ingresos.

En lo que se refiere al criterio que permite establecer la distribución social del conocimiento y las diversas significatividades, especialmente las de la ciudadanía informada, mi hipótesis es que no sólo interviene el interés de conocer, controlar y manipular las diversas zonas de realidad en que se mueven las personas sino también otros factores de carácter primario (sexo, edad, región, identidad étnica y racial), de carácter social (nivel de satisfacción de ciertas necesidades sociales, nivel de pobreza, nivel de vulnerabilidad social y grado de discriminación social) y de carácter político (nivel de la ciudadanía, grado de interés por la política, nivel de consistencia

¹ Las ideas que presento en este trabajo se apoyan en una encuesta nacional realizada a mediados de 1997 por el IDS, Instituto de Diálogo y Propuesta, con el apoyo de la Fundación Ford.

democrática y nivel de ciudadanía activa). En todo caso, son estos factores los que redefinen el interés cognitivo y manipulatorio según su propia lógica. Es probable que existan otros factores diferentes a los indicados, incluso más relevantes, pero señalo estos factores primarios, sociales y políticos porque ellos han sido utilizados para presentar la distribución desigual de la información y su impacto diferenciado en la ciudadanía en el Perú.

La tipicidad y la anonimidad de las interacciones sociales que señalaba Schutz suponían un distanciamiento y una impersonalización creciente entre las personas y sus relaciones sociales dentro del mundo moderno. Pero la revolución actual de las comunicaciones implica más bien un acercamiento de las personas en el tiempo y en el espacio y una creciente interactividad de las mismas y de sus imágenes a través del satélite, de la televisión por cable y del Internet. La técnica moderna nos retrotrae a una especie de relaciones personalizadas cara a cara y genera una reducción de la tipicidad y de la anonimidad de las relaciones sociales.

Con respecto a las cuatro formas de emergencia del conocimiento de origen social, mi hipótesis es que, por las razones señaladas en el párrafo anterior, el testigo presencial y el informante privilegiado incrementan su rol a costa del analista y el comentarista. Esto no significa que estos últimos pierdan importancia porque puede suceder que, debido a que todas las personas se sientan de alguna manera testigos presenciales e informantes privilegiados, la sociedad valore crecientemente el rol de los analistas y los comentaristas.

A despecho del pesimismo de Schutz sobre la opinión pública y sobre la incidencia negativa de ella en la democracia, a los peruanos, a los latinoamericanos y también a ciudadanos de otros países tanto del norte como del sur nos sorprenden hoy las matizadas opiniones de los ciudadanos sobre diversos aspectos de la vida política que ya quisieran tener algunos analistas.

La distribución desigual de la información

Las fuentes de información de los peruanos son principalmente la televisión y la radio y, en menor medida, los periódicos. El 62% ve el noticiero de TV todos los días y el 50% escucha noticias por la radio con la misma intensidad. En cambio, escasamente el 18% "lee no sólo las portadas, sino también las noticias en el periódico" todos

los días. Los que se informan todos los días por la TV son sobre todo los hombres, los que viven en la capital (76%), en las zonas urbanas (68,1%) y en los distritos con bajo nivel de pobreza y con alto o medio nivel de ciudadanía en donde el 66% se informa de las noticias por la televisión. Sólo el 17% ve los noticieros de la TV algunos días y el 16%, de vez en cuando. Este es el caso principalmente de las mujeres, de los que viven en las zonas rurales y en los distritos con alto nivel de pobreza y con alto o medio nivel de ciudadanía y en los distritos con alto nivel de pobreza y bajo nivel de ciudadanía.

La mayoría de los que escuchan las noticias por la radio todos los días son principalmente los hombres y los que viven en el centro y en el oriente del país. El 20,5% escucha las noticias por la radio algunos días y el 23%, de vez en cuando. En esta última condición se encuentran especialmente los que viven en los distritos con alto nivel de pobreza y bajo nivel de ciudadanía (35,7%).

La mayoría (43,9%) de los peruanos y sobre todo de las peruanas lee las noticias del periódico sólo de vez en cuando. Este es también el caso de los jóvenes y de los adultos y de los que viven en el sur del país. Sólo el 18% lee todos los días las noticias de los periódicos y el 21,7%, de vez en cuando. Los más asiduos lectores de todos los días son los que viven en la capital (23,8%). Existe un buen 16% que nunca lee las noticias de los periódicos, principalmente las mujeres (21,6%), los que viven en el norte (23,5%), en los distritos con alto nivel de pobreza y alto o medio nivel de ciudadanía (27,9%) y sobre todo en los distritos con alto nivel de pobreza y con bajo nivel de ciudadanía en donde casi la mitad de su población (48,1%) nunca lee periódicos.

Los ciudadanos más informados son, por lo general, los que tienen un mayor nivel educativo y los que tienen mayores niveles de ingreso. Existe una relación directa entre el nivel educativo de los ciudadanos y las ciudadanas y el nivel de frecuencia con que se escuchan las noticias en los diversos medios de comunicación social. Las personas que tienen un mayor nivel educativo tienden a ver noticias en la TV y a escucharlas en la radio todos los días y a leerlas en los diarios todos o algunos días y los que tienen un menor nivel educativo tienden a verlas, escucharlas o leerlas algunas veces, de vez en cuando o nunca. Algo similar sucede con el nivel de ingreso en relación con la frecuencia con la que se ven las noticias, se las escucha por la radio

o se las lee en los diarios. Las personas que tienen mayores niveles de ingreso acceden con más frecuencia a las noticias todos los días por los noticieros de la TV y la radio y todos o algunos días por medio de los periódicos. En cambio, las personas que tienen menores niveles de ingreso se enteran de las noticias por los diversos medios sólo algunos días, o de vez en cuando o no se enteran nunca.

Existe, pues, una distribución desigual de la información determinada por el sexo, la edad, la región, las zonas urbanas y rurales, los niveles de pobreza y de ciudadanía, los niveles de educación, de ingreso y el estrato social. Más de la mitad del estrato bajo superior (54,5%) y del estrato medio y superior de Lima Metropolitana (58,6%) escucha noticias por la radio durante todos los días. En cambio, el 52,7% del estrato bajo inferior escucha noticias por la radio algunos días y de vez en cuando o simplemente no escucha nunca.

La distribución de la información por los periódicos es más desigual. El 38,4% de los sectores medios y altos leen las noticias de los periódicos todos los días y el 29,3% de los mismos, algunos días. El 27,5% de los estratos bajos superiores leen las noticias de los periódicos todos los días y el 22,5% de los mismos, algunos días. En cambio, el 55% de los estratos bajos inferiores lee los periódicos de vez en cuando y el 14,3%, nunca.

La distribución de la información por la TV es menos desigual. El 88% de los estratos medios y altos, el 79% de los estratos bajos superiores y el 68% de los estratos bajos inferiores ven los noticieros de la TV todos los días en Lima Metropolitana.

Factores sociales y políticos e información

La desigual distribución social de la información depende también de otros factores tales como el nivel de satisfacción de los ciudadanos, el nivel de vulnerabilidad social y el grado de exclusión ciudadana.

Existe una significativa relación positiva entre el nivel de satisfacción de los ciudadanos y el nivel de información de los mismos. Los ciudadanos más satisfechos con su ocupación, sus ingresos, su nivel educativo, su vivienda y su barrio son los que tienen un mayor nivel de información y los menos satisfechos, un menor nivel de información.

Existe una relación negativa entre el nivel de vulnerabilidad social y el nivel de información. Los ciudadanos con mayor vulnerabilidad social (con menores posibilidades de acceder a la educación, a una profesión, a un ingreso suficiente para la vejez, a los servicios de salud) son los menos informados y, viceversa, los de menor vulnerabilidad social, los más informados.

Del mismo modo, los ciudadanos con mayor nivel de exclusión (por razones económicas, raciales y de sexo) son los menos informados y los de menor grado de exclusión, los más informados.

La distribución desigual de la información depende también, además de los factores señalados, del nivel de interés por la política, del nivel de consistencia democrática y del nivel de ciudadanía activa. Entre ellos existe una alta relación positiva.

Los ciudadanos que tienen más interés por la política, esto es, por lo que hace el gobierno, el Congreso y la oposición, son generalmente los más informados y los que tienen menos interés por la política, los menos informados.

Los ciudadanos que tienen una mayor consistencia democrática, esto es, que piensan que son necesarios para la existencia de la democracia, los partidos políticos, las elecciones, el Congreso, la libertad de opinión y la oposición, son generalmente los más informados y los de menor consistencia democrática, los menos informados.

Del mismo modo, los ciudadanos que tienen un índice mayor de ciudadanía activa, esto es, que pertenecen a alguna organización, que participan intensamente en ella y que tienen interés por la política, son generalmente los más informados y los que tienen un menor índice de ciudadanía activa, los menos informados.

Información y ciudadanía

Los peruanos y las peruanas conocen poco sus propios derechos reconocidos por el Estado. El 78% dice que es cierto que la "ley permite que un policía detenga a una persona por no tener consigo sus documentos de identidad". Sólo el 17% dice que es falso. Debido a que no conoce todos sus derechos tampoco está dispuesto a defenderlos ante las autoridades competentes, mostrando más bien

una cierta aceptación pasiva del atropello porque supuestamente lo manda la ley.

El desconocimiento de las garantías estatales de los derechos es aún mayor. Las instituciones encargadas de garantizar los derechos más conocidas son los organismos de derechos humanos (9%), la Defensoría del Pueblo (8%), la Cruz Roja (5%), las DEMUNAS (5%), la ONU e INDECOPI (3%).

Con frecuencia un sector importante de ciudadanos y ciudadanas sabe que existen instituciones encargadas de defender sus derechos, pero tienen una noción vaga de ellas y no recuerdan su nombre. La mitad de la población sabe que existe, por ejemplo, un organismo encargado de proteger los derechos de los consumidores, pero menos de la mitad (47%) de los que saben que existe, recuerdan su nombre. Sólo el 42% sabe que existe un organismo encargado de defender los derechos del ciudadano frente al Estado, pero sólo el 32% de los que lo conocen, recuerdan que se llama Defensoría del Pueblo. El 28% de la población sabe que existe un organismo encargado de declarar la inconstitucionalidad de las leyes, pero sólo el 31% de los que lo conocen recuerdan que se llama el Tribunal de Garantías Constitucionales. En general el nivel de conocimiento de los peruanos y de las peruanas de las instituciones encargadas de proteger sus derechos es muy bajo, lo que determina una baja posibilidad de apelar a ellos.

Muchos atribuyen su desinformación (78,5%) al hecho de que las autoridades del gobierno central no informan suficientemente a la población sobre lo que hacen. Los que más sienten esta desinformación son las personas entre 25 y 34 años y los que viven en los distritos con nivel medio de pobreza y con nivel medio o bajo de ciudadanía y en los distritos con bajo nivel de pobreza y alto o medio nivel de ciudadanía. Sólo el 15% se siente bien informado por los gobernantes, especialmente los que viven en el centro del país, en los distritos con alto nivel de pobreza y bajo nivel de ciudadanía y en los distritos con nivel medio de pobreza y alto nivel de ciudadanía.

Si construimos algunos índices a partir de algunas variables referidas al conocimiento de los derechos y las garantías de los ciudadanos y a los grados de acceso a los diversos medios de comu-

nicación social, se tiene un mejor perfil del ciudadano informado y del desinformado. Un primer índice del nivel de conocimiento de garantías se ha construido a partir del grado de conocimiento de las diversas instituciones encargadas de proteger los derechos de los ciudadanos y de los consumidores. El resultado es catastrófico. Sólo uno de cada 100 peruanos tiene un alto nivel de conocimiento de las garantías y el 69% no tiene ningún conocimiento de las mismas. El resto tiene un nivel medio (4%), un nivel bajo (8,5%) y un muy bajo nivel de conocimiento de las garantías ciudadanas.

Un segundo índice -el nivel de información ciudadana- se ha construido a partir de los distintos tipos de frecuencia con que las personas acceden a los diversos medios de comunicación social. El resultado no es tan pesimista como el anterior, pero tampoco es tan optimista como el de la abundancia comunicativa. El 40% tiene un nivel bajo de información, el 35%, un nivel medio y sólo el 25% tiene un alto nivel de información.

Con los dos índices anteriores hemos construido un índice más complejo que llamamos el índice del ciudadano informado y hemos llegado a los siguientes resultados: El 62% de los peruanos y las peruanas está constituido por ciudadanos con un muy bajo nivel de información, el 24,5%, por ciudadanos con bajo nivel de información, el 7% por un nivel medio y sólo 6,5% por ciudadanos con alto nivel de información.

Existe un alto nivel de asociación entre el nivel de información ciudadana y el nivel del ciudadano informado con el tipo de fundamentos en que se basan los derechos ciudadanos. Los ciudadanos más informados colocan los fundamentos de su ciudadanía en la naturaleza humana mientras los menos informados tienden a atribuir dichos fundamentos al hecho de ser hijos de Dios.

Existe igualmente una relación positiva en el nivel de conocimiento de las garantías y la elección del propio sexo, si ello hubiera sido posible. Las ciudadanas más informadas hubieran escogido su propio sexo y las menos informadas hubieran escogido ser varón.

A medida que se tiene un mayor nivel de conocimiento de los derechos y de las garantías y a medida que se tiene un más alto nivel de ciudadanía informada se perciben más posibilidades de salir adelante en la vida, aún si la situación económica del país es mala.

A menor nivel de información ciudadana mayor es la percepción de la imposibilidad de salir adelante en la vida cuando la situación del país es mala.

A medida que el nivel de conocimiento de los derechos y garantías sube, mayor es la demanda de garantías para que todos tengan ingresos, se consolide la democracia y se acabe con el terrorismo y a medida que el nivel de conocimientos y de garantías baja, mayor es la demanda de que se acabe con la delincuencia y se una a todos los peruanos.

Existe una relación positiva entre el nivel de información ciudadana y el nivel de satisfacción con las condiciones de vida. Los que tienen un mayor nivel de información ciudadana son aquellos que están más satisfechos con la ocupación, el ingreso, el nivel de educación, la vivienda que poseen y el barrio donde viven; y los que tienen menores niveles de información ciudadana, son los que tienen más bajos niveles de satisfacción con dichas condiciones de vida.

Existe una relación negativa entre el nivel de ciudadanía informada y el índice de vulnerabilidad social. A mayor nivel de información, menor nivel de vulnerabilidad social, esto es, mayores posibilidades de acceder a un colegio, a una profesión y a un ingreso suficiente para la vejez y a niveles más altos de salud y a menor nivel de información, mayor nivel de vulnerabilidad social.

Existe una relación directa entre el nivel de información (índice del ciudadano informado, nivel de información ciudadana y conocimiento de derechos y garantías) y el nivel de autoidentificación social. Los ciudadanos más informados tienden a autoidentificarse con estratos altos y medios y los menos informados con los estratos sociales bajos. Es parecida la relación entre el nivel de información de los ciudadanos y la atribución de un estrato social a sus padres. Con un cierto tono nostálgico los más informados atribuyen a sus padres una pertenencia a estratos sociales más altos que los suyos.

Existe una cierta asociación entre el nivel de información ciudadana y la autoidentificación étnico-racial. Los más informados tienden a identificarse con los sectores blancos y mestizos y los menos informados, con los cholos, los morenos y los indígenas.

Existe una relación positiva entre el índice de información ciudadana y el nivel de identificación con el Perú como comunidad nacional. Los más informados tienen una mayor identificación con la comunidad nacional del Perú y los menos informados tienden hacia una menor identificación. No existe, sin embargo, una identificación con una comunidad política nacional debido a la distancia que separa a las élites políticas, económicas, culturales y estatales con las demandas de las clases populares.

La mayoría de los ciudadanos y las ciudadanas (58,2%), especialmente los menos informados, no se identifican con ninguna organización política del Perú. De los que se identifican, los menos informados tienden a hacerlo con Cambio 90- Nueva Mayoría y los más informados, con Unión por el Perú, Somos Lima (hoy Somos Perú), el APRA y otros pequeños partidos políticos que fueron poderosos unos diez años atrás.

Los asuntos del gobierno y los de la política en general no forman parte significativa de la agenda diaria de los peruanos. Sólo el 6% conversa todos los días de los asuntos del gobierno y sólo el 4% hace lo mismo sobre la política en general. La mayoría sólo conversa de vez en cuando sobre los asuntos del gobierno (47,4%) y sobre la política (52,8%). Estos son los casos principalmente de los hombres (cuando de política se trata) y de los que viven en la capital y en el oriente del país. El 20,3% habla sólo algunos días de los asuntos del gobierno y el 24,4% habla de la política con la misma frecuencia. Pero un alto porcentaje (26,3%) no habla nunca de los asuntos del gobierno, sobresaliendo en este caso las mujeres (32,7%), los que viven en el norte (35%), en las zonas rurales (38%), en los distritos con alto nivel de pobreza y con alto o medio nivel de ciudadanía y sobre todo en los distritos con alto nivel de pobreza y bajo nivel de ciudadanía (41%). El desinterés es más alto cuando se trata de la política. El 38% de los peruanos nunca conversan de política, sobre todo las mujeres (46,7%), los que viven en el norte (45,5%), en las zonas rurales en donde la mitad de sus habitantes nunca habla de política, en los distritos con alto nivel de pobreza y con alto o medio nivel de ciudadanía (49,4) y especialmente en los distritos con alto nivel de pobreza y bajo nivel de ciudadanía (58,9%).

La población más ilustrada o con mayores ingresos es la que habla con más frecuencia de los asuntos del gobierno y de la política

que aquella menos ilustrada y con menores niveles de ingreso. La relación no es, sin embargo, demasiado alta. Existe en el país un cierto nivel de despolitización debido a la crisis de los partidos, del Estado, de sus instituciones y al impulso que ella recibe del gobierno autoritario.

Los problemas del barrio pueblan un poco más la agenda diaria de la población. El 6% conversa todos los días de los problemas de su barrio; el 24,4%, algunos días y el 52,8%, de vez en cuando. Los que conversan algunos días son sobre todo los mayores de 35 años, los que viven el oriente y en los distritos con alto nivel de pobreza y bajo nivel de ciudadanía. Los que conversan de vez en cuando son sobre todo los que viven en el norte y en los distritos con alto nivel de pobreza y bajo nivel de ciudadanía. El 16,8% nunca habla de los problemas de su barrio, especialmente las mujeres y los jóvenes y los que viven en los distritos con un nivel medio de pobreza y con alto nivel de ciudadanía.

Pese a ligeras diferencias, los problemas del barrio parecen interesar a todos. No existe, en efecto, una relación directa significativa entre el nivel educativo y el nivel de ingresos, por un lado, y la mayor o menor frecuencia con la que se habla de los problemas del barrio, por otro.

El Perú en el umbral de la sociedad de la información

Nelson Manrique*

Hasta hace un par de años se podía especular en torno al papel que Internet jugaría en la construcción de la superautopista de la información. Hoy está fuera de la discusión que Internet constituirá la columna vertebral del proyecto, sea cual sea el camino por el cual éste se proyecte finalmente. La mejor ilustración de la consistencia de esta afirmación, así como del creciente papel que la economía digital juega en la economía de la mayor potencia del mundo, está contenida en el informe *La emergente economía digital*, presentado el miércoles 15 de abril de 1998 en Washington por el Secretario de Comercio del gobierno norteamericano William Daley, quien afirmó: "La economía digital está viva, goza de buena salud y crece". Las cifras que presenta Daley son de por sí muy reveladoras: para que la radio llegara a 50 millones de usuarios fueron necesarios 38 años, la televisión alcanzó la misma meta en 13 años e Internet lo hizo sólo en 4. La cantidad de datos disponibles sobre Internet se duplica cada 100 días. El sector de las tecnologías de la información crece dos veces más rápido que el resto de la economía y corresponde ahora al 40% del producto nacional bruto de los Estados Unidos. Sin ese sector, la inflación del año 1997 hubiera sido del 3,1% y no del 2%. Los salarios de la informática son en un 70% superiores a la media de otros sectores industriales. "Varios analistas

* Profesor del Departamento de Ciencias Sociales y de la Maestría en Sociología de la Universidad Católica.

del sector privado estiman que esas cifras son muy conservadoras. Lo fundamental es que el crecimiento y los buenos resultados de EE UU aparecen vinculados de manera significativa al crecimiento de la economía digital" (Francis Pisani, "La emergente economía digital. Un informe del gobierno de EE UU revela que el crecimiento de Internet rebasa lo que muchos piensan", *El País Digital*, Madrid, viernes 17 abril 1998)¹.

Aunque el informe de Daley está lleno de optimismo, no deja de reconocer dos tipos de problemas importantes: "La revolución digital trae mayores beneficios pero no deja de obligar a profundas reorganizaciones en las que muchos empleos se pierden. Por ejemplo, la compra de pasajes en línea se ha triplicado en 1997 con relación al año anterior y las agencias de viajes tienen que reinventarse. El caso de los periódicos podría ser peor: corren el riesgo de perder el 50 por ciento de sus anuncios clasificados, lo que, en promedio en EEUU, podría reducir sus beneficios de un 3% a un 14%" (*Idem*).

Según encuestas de *IntelliQuest Information Group Inc.*, una empresa especializada en estudios cuantitativos de mercado sobre el uso de las tecnologías de la información, un 30% de la población de Estados Unidos con más de 16 años de edad ha desarrollado algún tipo de actividad relacionada con Internet en el último trimestre de 1997. Se estima que 70 millones de estadounidenses estarán en línea a fines del primer semestre de 1998, lo que duplica la cantidad de usuarios conectados a mediados de 1996. Hoy la mitad de los norteamericanos dotados de computadoras están conectados a Internet, la mayoría de ellos desde su casa (70%), esencialmente para intercambiar correo electrónico o reunir informaciones sobre sus temas de interés personal, productos que les interesan o noticias de actualidad. La mitad de los usuarios pasa más de cinco horas en línea cada semana. Se estima que los internautas que han hecho compras en línea han aumentado de un 15% el año pasado a un

¹ Según el mismo informe, 62 millones de estadounidenses usan Internet de manera regular contra 3 millones que lo empleaban en 1994 y un número creciente lo usa para hacer compras. Grandes empresas como General Motors (GM) están reorganizándose para comprar material y vender productos en línea y para el año 2000 las 12 unidades de la gran empresa automotriz realizarán transacciones por esta vía por un monto que podría llegar a los 5.000 millones de dólares: el equivalente de la totalidad del comercio electrónico de hoy (*Idem*).

17% hoy, mientras que el gasto medio en el último mes del año saltó de 40 dólares en 1996 a 100 dólares en 1997. Un 60% de los usuarios afirman usar la red para conseguir información sobre productos y comparar precios.

Según el Seventh GVV's WWW User Survey, realizado en los Estados Unidos en 1997, el 64% de los usuarios son graduados universitarios y su ingreso promedio es de U\$S 60.000 al año. El porcentaje de personas casadas es de un 45,44%. La mayoría de los usuarios accede a la Internet desde su casa (60,38%). Para lo que más se utiliza la red es para tomar información (86,03%), seguido por buscar información (63,01%), navegar (61,29%), trabajar (54,05%), educación (52,21%), comunicación (47,02%), entretenimiento (45,58%) y para comprar (20,32%).

Según una encuesta realizada por A. C. Nielsen, en julio de 1996, las principales razones por las que se accede a la *web* son el entretenimiento (51%), acceder a noticias (49%), por el interés de comprar productos de cómputo (41%), los viajes (30%) y acceder a información financiera (26%).

Según una encuesta telefónica realizada en mayo de 1997 por *Chilton Research Services* solamente el 13,5% de los usuarios consideró la compra de productos un uso importante de la Red, contra el 76,4% que consideró el acceso a la información como el aspecto más importante de la Internet. Los resultados mostraron que el 10% de las personas mayores de 18 años habían realizado alguna compra a través de Internet. 57,6% consideraba lo más importante enviar y recibir mensajes por correo electrónico, 42,8% leer acerca de eventos que se desarrollaban en el mundo, 35,7% encontrar información de productos, 8,8% conocer personas y 6,4% participar en foros en línea (*chat*, principalmente).

Lo notable es que si se observa la cantidad de *webs* de tipo comercial éstos constituyen casi el 90% del total, pero las transacciones comerciales no llegan al 20% de las actividades que los internautas realizan en la red de redes. A esto hay que añadir que de acuerdo a IDC, la cantidad de *web sites* comerciales a finales de 1996 sumaba 45.000 y se duplica cada seis meses. Según sus estimaciones para el año 2000 habrá más de cien mil.

Distribución de dominios al 31 de Marzo de 1997

DOMINIOS	CANTIDAD	%
.com	1.040.089	88,22%
.org	69.764	5,92%
.net	64.684	5,49%
.edu	3.558	0,30%
.gov	585	0,05%
otros	206	0,02%
Total	1.178.886	100,00%

Fuente: InterNIC

La conversión de Internet en el instrumento de la construcción del mercado global con fricción cero no ha resultado tan fácil como esperaban quienes apuestan a que el mercado sea el gran organizador de la super autopista de la información porque sigue aumentando el número de *webs* que ofrecen acceso a la información gratuitamente. En estas condiciones, es muy difícil a las empresas cobrar por el acceso a productos que los usuarios pueden obtener sin pago en otros *webs*.

A otro nivel, la tendencia dominante va hacia la incorporación creciente de sectores sociales que anteriormente tenían una escasa presencia en la red: mujeres, ancianos y gente con menor nivel académico. "Internet, ya está empezando a ser un fenómeno de masas" (Francis Pisani, "Todos en línea. La población del ciberespacio crece y cambia", *El País Digital* Madrid, martes 10 febrero 1998). El último informe sobre el perfil de los usuarios realizado por *PC Meter* muestra que los grupos de usuarios menores de 18 años y mayores de 55 son los que han experimentado mayor crecimiento. Los mayores de 55 años dedican la mayor parte de su tiempo a observar información financiera. Los *sites* de entretenimiento representan el 14% del tráfico, mientras que los educativos sólo representan el 1%. Los *sites* para adultos son vistos por más del 5% de los usuarios y un 12% accede a ellos desde su lugar de trabajo. Siempre según el mismo informe la edad promedio de los usuarios de Internet es de 32 años, 1 de cada 10 usuarios tiene menos de 18 años y utiliza la Red desde la escuela. Es de esperar que proyectos de incorporar a todas las escuelas a Internet, como lo han decidido los gobiernos de

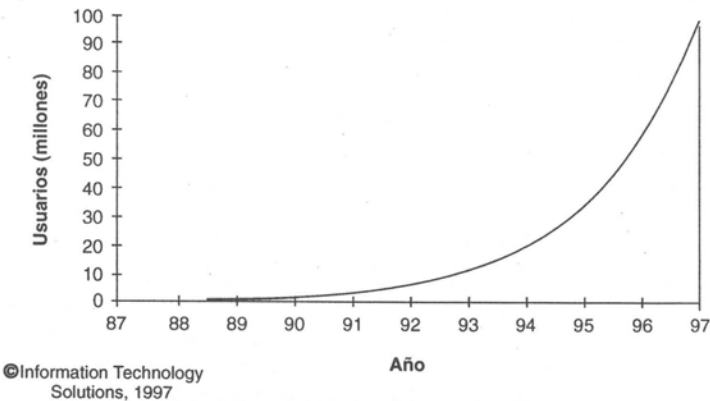
Estados Unidos, Inglaterra y España, entre otros, den un gran impulso a la incorporación de los más jóvenes a Internet.

Las cifras ofrecidas por *International Technology Solutions*, vertidas en el cuadro y el gráfico siguientes, permiten condensar las características del explosivo crecimiento de Internet:

Usuarios de Internet en el mundo (en millones)

AÑOS	USUARIOS
87	0
88	0
89	1
90	1
91	3
92	6
93	11
94	20
95	37
96	60
97	100

Fuente: Price Waterhouse, 1996



Se trata pues de un crecimiento de naturaleza logarítmica, de lo que pueden deducirse dos rasgos significativos: en primer lugar, se trata de un proceso autocentrado, cuya dinámica no responde tanto a eventos exteriores cuanto al efecto acumulativo de la incorporación de una mayor cantidad de usuarios; cuando inicialmente éstos eran pocos tenían una escasa oportunidad de incidir sobre el comportamiento de la población. Pero cuando la masa de los usuarios llegó a un determinado umbral, alcanzado alrededor de 1994, se crearon las condiciones para la expansión geométrica del número de internautas. La segunda conclusión es que el crecimiento de Internet seguirá con un ritmo crecientemente acelerado en los próximos años. El pronóstico de Nicholas Negroponte, de que el número de internautas llegará a los mil millones para el año 2 mil es perfectamente factible. Sin embargo no debe deducirse de esto que el crecimiento de Internet se prolongará indefinidamente con el mismo ritmo. El límite al crecimiento de la cantidad de usuarios está dado por los límites de la infraestructura de comunicaciones existente en vastas zonas del planeta y, más genéricamente, por las grandes desigualdades sociales que vienen siendo profundizadas en el ámbito planetario por la globalización hoy en curso y por la propia expansión de la economía de la información. Lo que esto significa es bien ilustrado por la lista de los hombres más ricos de los EEUU publicada por la revista *Forbes* en su edición del 13 de octubre de 1997. Bill Gates volvió a encabezar la lista por cuarto año consecutivo, con una fortuna que se duplicó de 18,500 millones a 39,800 millones entre 1996 y 1997 (a la fecha se estima que ya ha sobrepasado los 50 mil millones), y cinco de los seis norteamericanos más ricos han hecho su fortuna en la industria informática. Como elemento de comparación: en 1982 ocho de los 10 grandes magnates eran petroleros.

Para medir el grado de desarrollo relativo del sector telecomunicaciones se ha creado el concepto de la *teledensidad*, que se define como la cantidad de líneas telefónicas disponibles en un país por cada cien habitantes. De acuerdo a este criterio la tasa de *teledensidad* de los EEUU es de 57 (57 líneas telefónicas por cada cien habitantes) y la de Suecia de 68. La China e India, que tienen una población conjunta de más de dos mil millones de personas, tienen una tasa de *teledensidad* de 2, pues menos de dos en cada 100 habitantes tienen conexión telefónica. Pero ésta situación podría cambiar radicalmente para China en el futuro inmediato pues su

gobierno planea invertir en la próxima década 100,000 millones de dólares en equipos de telecomunicación; algo así como un incremento del 40% anual de los fondos destinados a este rubro. Según las autoridades chinas, su mayor preocupación serán las áreas rurales, un privilegio que no se pueden permitir otros países de la Región Asia-Pacífico, cuyas economías están abiertas a la libre competencia de las operadoras internacionales. En éstos, la inversión se concentra en los grandes centros urbanos y, específicamente, en los paraísos financieros.

Se estima que si las previsiones de inversión de la China en este sector se cumplen, su tasa de *teledensidad* llegaría a 25 en una década, un salto fenomenal, pues, si se compara con EEUU, la ventaja que éste les lleva, en una proporción de 1 a 28, se reduciría apenas a una de 1 a 2. "El gobierno de Pekín maneja un estudio, frecuentemente citado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones, según el cual por cada 12 millones de dólares invertidos en telecomunicaciones, el ingreso nacional se incrementa en 160 millones de dólares en un período de 10 años. La condición es que esa inversión cubra un amplio espectro de la economía, un punto en el que están de acuerdo todos los países en desarrollo."²

La razón por la que se insiste en la necesidad de atender a todos los sectores económicos responde a las expectativas de cambios positivos que el desarrollo de la infraestructura para las Tecnologías de Información moviliza. Así, en la agricultura, disponer de información oportuna sobre la evolución de los precios y del movimiento de bienes y servicios en los momentos adecuados, es un elemento clave, como lo ilustra el caso de España:

"El éxito de la agricultura intensiva en Andalucía, en particular en zonas como el Ejido (Almería) o Lepe (Huelva), ha dependido tanto de la aplicación de ciertas técnicas agrícolas (invernadero, gota a gota) como de unas buenas telecomunicaciones. Los agricultores, en permanente contacto con las bolsas de productos agrícolas, han sabido siempre en qué momento debían enviar sus cosechas al mercado europeo para aprovechar los mejores precios. Un trabajo

² FERNÁNDEZ HERMANA, L. A., "La teledensidad, un nuevo criterio para medir la riqueza". En: *Enredando, Revista electrónica*, 8 de julio de 1997.

publicado por la UIT sobre el impacto de las comunicaciones telefónicas introducidas por primera vez en algunas zonas rurales de Sri Lanka, estimaba que los agricultores incrementaron sus ganancias en un 50% al poder averiguar cuándo los precios les eran más favorables para distribuir sus productos y escoger los suministradores, mientras que antes vivían bajo la égida del caciquismo."³

Asumiendo todas las reservas, el impacto de la revolución de la información no puede ser minimizado. Mil millones de personas representan más de la sexta parte de la humanidad, interconectadas en apenas un lustro. Es difícil imaginar otro acontecimiento de la historia humana que se haya producido con tal velocidad y que haya involucrado masivamente a tal cantidad de individuos. Para quienes piensan que lo que está sucediendo no nos atañe puede ser útil recurrir a un paralelo histórico. Hace cinco siglos la humanidad se enfrentó a una gran revolución cultural con la difusión masiva de los textos impresos. Los libros y la prensa impresa cambiaron la vida de todos, tanto los que tenían acceso a la lectura y escritura como a los que no la tenían: después de todo tuvo que transcurrir algo más de cuatro siglos para que la alfabetización se generalizara en el mundo. Hoy nos enfrentamos a una circunstancia semejante, pero en una escala y con una velocidad infinitamente más grandes. Lo que suceda durante la próxima década tendrá grandes implicaciones para todos. No se trata de incorporarse o no. El dilema es de otra naturaleza: ser protagonistas del cambio o ser sus víctimas. Y, contra lo que dicta el sentido común alimentado por las experiencias de la sociedad industrial que está cerrando su ciclo, países marginales como el Perú pueden tener una oportunidad abierta en medio de la vorágine de cambios que se ha puesto en marcha.

El crecimiento de Internet en América Latina

América Latina constituye una de las regiones del mundo donde el uso de la Internet ha crecido con mayor velocidad, lo cual ejerce una gran presión sobre los gobiernos de la región para mejorar los sistemas de telecomunicaciones. Según sondeos recientes acerca del

³ *Ibidem*. Según datos de la Telefónica del Perú, la teledensidad en nuestro país ha pasado de 3,4 a 6,3 en los últimos 4 años y se espera que llegue al 9,0 para el año 2000. Esto puede incrementarse si el final del monopolio telefónico en junio de 1999 da paso a una efectiva economía de competencia.

acceso a la red mundial de computadoras, en América Latina el número de usuarios regulares oscila actualmente entre los cinco y los ocho millones, lo que representa un incremento de más de 800%, según declaraciones del Secretario de Comercio de los Estados Unidos, William Daley. El mismo funcionario opina que el número de usuarios seguirá creciendo al mismo ritmo en los años venideros. El especialista canadiense Leon Tiecher, presidente de *Xeon Technologies* tiene una opinión semejante: "Los países de América Latina constituyen un mercado en pleno crecimiento económico, especialmente para los bienes y servicios ligados a las tecnologías informáticas y multimedia".

Según la revista electrónica *Noticias Intercom*, Brasil es el país latinoamericano con mayor presencia en Internet, con un número de usuarios estimado entre 475.000 y un millón. México ocupa el segundo lugar, con alrededor de 370.000 usuarios, seguido por Chile con 200.000, y Argentina, con entre 61.000 y 170.000 usuarios. El número de cibernautas colombianos se estima que está entre los 63.000 y 120.000, los de Perú entre 31.000 y 65.000, los de Costa Rica en 50.000, los de Venezuela en 35.000 y los de Uruguay en 9.000. Los últimos puestos son para Bolivia, Ecuador y Paraguay, con 8.000, 5.000 y 1.000 usuarios, respectivamente (*Noticias Intercom*, 22 de mayo de 1998). Los datos consignados son bastante vagos y en el caso del Perú subestiman notablemente la cantidad de usuarios regulares de Internet. Según las estimaciones realizadas en el país, acceden a Internet a través de la Red Científica Peruana alrededor de 100 mil usuarios, y los que lo hacen a través de los servicios de la Telefónica del Perú son 150 mil más. El total de internautas peruanos asciende pues a alrededor de 250 mil a mediados de 1998.

Un informe de la CRNET Red Nacional de Investigación muestra la cantidad de *hosts*, dominios y servidores de *web* en América Latina, que ascienden a 133.827, 13.014 y 7.570 respectivamente. Los 10 con mayor cantidad se muestran en el siguiente cuadro:

Los 10 países con mayor cantidad de *hosts*, dominios y servidores de América Latina

PAISES	HOSTS	DOMINIOS	SERVIDORES
Brasil	45.080	1.556	2.167
México	23.794	2.254	3.412
Chile	18.423	751	1.008
Argentina	15.604	1.239	4.009
Colombia	9.754	2887	436
Perú	5.781	254	363
Costa Rica	3.743	204	255
Venezuela	2.492	205	310
Uruguay	1.995	118	111
Bermudas	1.621	61	129
TOTALES	133.827	13.014	7.570

Fuente: CRNET Red Nacional de Investigación de Costa Rica

Puede constatare que existe una estrecha correlación entre la condición socioeconómica, la cantidad de población y el acceso a Internet de los países de la región. En el caso de México y Centroamérica un factor que favorece la incorporación a la red de redes es la existencia de una buena infraestructura digital de comunicaciones, debida a la cercanía física a los EEUU.

Es indiscutible que la mayor cantidad de *hosts* conectados a Internet se encuentra en los Estados Unidos, según algunas estimaciones el 75%. Pero el resto de los países está teniendo un crecimiento más que acelerado. El reporte de julio de 1996 de Network Wizards muestra que el mayor porcentaje de crecimiento lo tienen los 10 países de Europa con mayor cantidad de *hosts*; 222%, entre 1995 y 1996; sigue América, con 209%, y los países de la costa Este del Pacífico (Japón, Australia, etc.), con 172%. China fue el país que mostró el más alto índice de crecimiento en el mundo con un 1.103%, seguido por Malasia (786%) y por Indonesia (621%). La gran sorpresa es que el Perú empatara virtualmente con este país en el tercer lugar, con 518% de crecimiento, como puede constatare en los dos cuadros siguientes:

Los 10 países con mayor cantidad de *hosts* y velocidad de crecimiento de la Costa Este del Pacífico

PAISES	HOSTS	CRECIMIENTO
Japón	496.427	211%
Australia	397.460	92%
Nueva Zelanda	77.886	78%
República de Corea	47.973	102%
Singapur	38.376	368%
Taiwan	30.645	90%
Hong Kong	24.133	57%
China	11.282	1.003%
Indonesia	5.262	521%
TOTAL	1.129.444	138%

Fuente: Network Wizards, julio de 1996.

Los 10 países con mayor cantidad de *hosts* y velocidad de crecimiento de América

PAISES	HOSTS	CRECIMIENTO
Estados Unidos	8.224.279	93%
Canadá	424.356	62%
Brasil	46.854	305%
México	20.253	142%
Chile	13.239	99%
Argentina	9.415	1885
Colombia	5.265	154%
Costa Rica	2.582	151%
Perú	2.269	518%
Venezuela	1.679	97%
TOTAL	8.750.191	92%

Fuente: Network Wizards, julio de 1996.

El país que tuvo mayor crecimiento en América fue el Perú, seguido a bastante distancia por Brasil y Argentina. En lo relativo al

Asia y Oceanía, Japón y Australia dominan esta parte por mucha diferencia con los demás países en lo relativo a la cantidad de *hosts*. Pero en lo relativo a la velocidad de crecimiento sucede algo semejante a lo que pasa en América: no hay una correlación entre la potencia económica de los países y la dinámica de su incorporación al ciberespacio.

Una conclusión que es importante tener en cuenta es que no existe una correlación mecánica entre la situación económica relativa de los países, ni su grado de desarrollo industrial y su capacidad para incorporarse a la sociedad de la información. En ese sentido el caso peruano es paradigmático de una de las grandes paradojas que plantea la desterritorialización, que, junto con la desmasificación y la desmaterialización, constituye uno de los rasgos característicos de la transición que estamos viviendo entre la sociedad industrial de masas y la sociedad de la información.

Poder e información

Los beneficios que ofrece el acceso a la sociedad de la información no llegarán automáticamente a todos; es más, si el crecimiento de Internet se deja librado a las fuerzas del mercado ocurrirá lo mismo que sucede en cualquier otro campo de la actividad humana donde la dinámica social se encara de esta manera: los beneficios tenderán a concentrarse en una minoría cuyos privilegios se incrementarán, mientras que las grandes mayorías verán crecer su exclusión económica, política y cultural. La necesidad de que el Estado incorpore criterios de equidad social a la expansión de la infraestructura de comunicaciones y se preocupe por asegurar el acceso de las mayorías a la sociedad de la información es algo que comprenden las élites de países ideológica, política y culturalmente tan diversos como China y los Estados Unidos, Malasia y Francia.

La necesidad de que el Estado intervenga para asegurar que los beneficios de la revolución digital lleguen a la mayor cantidad posible de ciudadanos es una idea compartida hasta por una organización tan conservadora como la *Rand Corporation*. En un estudio publicado en 1995 esta fundación de la derecha norteamericana sostiene que con la incorporación de cada nuevo usuario del correo electrónico aumenta el valor del mismo para todos los demás usuarios. Siempre según la misma *Rand Corp.*, las fuerzas del

mercado no son suficientes para favorecer una interconectividad total, y los precios vigentes impiden que el correo electrónico llegue a ser una herramienta de uso generalizado. Las conclusiones del informe son muy claras: sin intervención del gobierno y de los sectores sociales más significativos de la sociedad, el abismo entre quienes tienen acceso a la información y quienes no lo tienen se va a ampliar. Por otra parte, el estudio sostiene que el uso del correo electrónico contribuye a crear comunidades, ayudando a construir nuevos vínculos políticos y sociales, a reducir los sentimientos de alienación que muchos individuos sienten, dándoles un nuevo sentido de comunidad, así como revitalizando la participación de los ciudadanos en el proceso político, contribuyendo así a fortalecer la cohesión de la sociedad norteamericana ("Studies Explore Possibilities of E-mail for Everyone", *New York Times*, edición electrónica, 11 de abril de 1998).

¿Qué pasará con las poblaciones andinas y en particular con el campesinado de la región en los próximos años?⁴ No faltan quienes ven estos cambios como una desgracia: la amenaza final contra la cultura andina, la pérdida de la identidad indígena auténtica y la alienación de los campesinos, empujados a un proceso en el cual su identidad será definitivamente borrada por la mundialización. Personalmente me alegra que, finalmente, empiecen a tener las oportunidades que anteriormente estuvieron reservadas a los pobladores de las grandes ciudades. En este tema volvemos a enfrentarnos con cuestiones que (como en el relativo al racismo) rebasan fácilmente el terreno del debate científico, situándose mejor en el de la filosofía. La reivindicación postmoderna del *derecho a la diferencia* (algo que antes de la crisis mundial de 1973 habría sonado profundamente extraño) se ha convertido en el nuevo sentido común: sería difícil encontrar a alguien que se declare públicamente en contra. ¿La revolución filosófica postmoderna ha causado y puesto en marcha los cambios que estamos viviendo, o los cambios en las sensibilidades y la crisis de la visión acuñada por la modernidad responden a las profundas transformaciones que se están produciendo en la lógica del capitalismo tardío, de la era de la revolución tecnológica

⁴ La sección que sigue constituye un fragmento de la ponencia que presenté en el Congreso Internacional "Perú en el Umbral del Milenio", Lima abril de 1998.

que marca el fin de la sociedad industrial? Se trata, obviamente, del viejo tema de si son las ideas las que cambian al mundo material o si son los cambios en éste, en las condiciones en que los hombres y mujeres crean sus condiciones materiales de existencia, las que cambian nuestra manera de *estar en el mundo*.

Naturalmente, no se trata sólo de la producción de una nueva mirada sino de la recepción social que ésta puede alcanzar. Personalmente me situó en la perspectiva que Frederick Jameson abrió hace más de una década en un ensayo pionero, al llamar la atención sobre el carácter destellar de la realidad que anunciaba el postmodernismo y sus notables correspondencias con la nueva estructura productiva que venía emergiendo como resultado de las profundas transformaciones tecnológicas que entonces apenas empezaban a mostrar sus potencialidades⁵.

Creo que los campesinos de los Andes serán lanzados, como todos, al proceso de mundialización que estamos viviendo. A medida que se incorporen a la sociedad virtual que se está desplegando (incorporación que, como sucede en todo el mundo, será sin duda segmentaria) terminarán compartiendo una doble identidad: una planetaria, construida en el contacto con el resto del mundo a través de las redes, y otra alimentada de los contactos primarios, cara a cara. Es posible que su identidad no se pierda, pero sin duda se transformará profundamente; algo que históricamente ha sucedido una y otra vez y seguirá sucediendo, posiblemente con un ritmo bastante más rápido, en la medida que la aceleración del cambio tecnológico tenga un impacto profundo y repentino en todas las áreas de la existencia social de estos años de fines del milenio.

El problema no es si ésto pasará sino cómo sucederá y en qué dirección empujará a las sociedades. El crecimiento de la exclusión social en el mundo empuja a ver con pesimismo el porvenir. El *horror económico* que anuncia Viviane Forrester para los jóvenes de los países desarrollados, como resultado de la desaparición de la sociedad fundada en el trabajo⁶, sería nada al lado de la pesadilla

⁵ JAMESON, F. "La postmodernidad o la lógica cultural del capitalismo tardío", La Habana 1986. He realizado una primera exploración de estos temas en MANRIQUE, N. *La sociedad virtual y otros ensayos*, Lima 1997.

⁶ FORRESTER, V. *L'horreur économique*, Paris 1996.

que esperaba a los campesinos de los países pobres. Puede suceder, pero es posible pensar en derroteros alternativos. Las tendencias de desarrollo que acompañaron a la expansión de la sociedad industrial ahora en crisis, uno de cuyos requisitos, para asegurar la mayor productividad, era la homogeneización de los factores productivos (no sólo los insumos, las tecnologías y los productos, sino los propios productores: los *trabajadores-masa*), convirtieron la enorme diversidad del mundo andino, que en la lógica de utilización del espacio creada durante milenios antes del choque con Occidente era una clara ventaja comparativa, en una desventaja casi insuperable. Pero las nuevas tecnologías son claramente más compatibles con la diferencia: la diversidad y la heterogeneidad son hoy factores potencialmente positivos, puesto que el factor productivo esencial de la nueva economía es el conocimiento, y un bien particularmente apreciado en este nuevo contexto es una forma específica de creatividad: la capacidad de innovación. Se sabe que es más fácil que ésta surja de lo diverso que de lo homogéneo. De esta manera, la enorme diversidad geográfica, cultural, etc., de los Andes, que constituyó una enorme desventaja para integrarse a la sociedad industrial de masas, podría convertirse otra vez, como lo fue antes del nacimiento de la sociedad industrial, en un factor potencialmente positivo para un proyecto de desarrollo para la emergente sociedad del conocimiento, siempre y cuando se creen las condiciones para que sus potencialidades se realicen.

Por cierto, que esto suceda depende de un conjunto de factores que rebasan la capacidad de intervención de los campesinos de la región. Pero hay elementos que pueden permitir pensar en la existencia de oportunidades aprovechables. Las redes están rompiendo las ventajas que las ciudades tenían frente al campo para el acceso a la información. La modesta escala de inversión que requiere el desarrollo de las nuevas tecnologías ha llevado a que la brecha entre los países desarrollados y los que no lo son, sea cada vez menos de disponibilidad de capitales y crecientemente del acceso al conocimiento. Hoy prolifera un dinámico sector informático informal en las principales ciudades del Perú, cuyos integrantes son esos *cholos* y mestizos que han encendido la imaginación de quienes ven en este sector el germen de un desarrollo capitalista nacional. La tasa de crecimiento de Internet en el Perú supera en tres veces la media mundial. Todo esto son potencialidades, que sólo podrían

cristalizar en un desarrollo alternativo, entre otras cosas, con el diseño de un proyecto político democrático inclusivo y la adopción de un conjunto de políticas audaces de inserción en la nueva sociedad planetaria que está emergiendo. Puede suceder o no. Menciono estos elementos para recordar que la historia del futuro aún no está escrita. Es algo que decimos una y otra vez, pero siempre es bueno recordarlo cuando al pensar en el futuro próximo nos enfrentamos al miedo y al deseo.

Uso social de la información en la sociedad de la información

*Giuseppe Richeri **

Cuando hablamos de sociedad de la información, hablamos de algo que es objeto de discusión desde hace muchos años, pero que tiene todavía muy pocos correlatos empíricos, es decir, todavía muy pocas ocasiones para modificar comportamientos y relaciones sociales o el acceso al conocimiento de la gran mayoría de personas. Si observáramos el número de personas que usan Internet, que usan los nuevos medios de comunicación, sabemos que se trata de una exigua minoría.

Sabemos muy bien que a través de la historia de las tecnologías de comunicación, las formas de uso de los nuevos medios de comunicación han logrado estabilizarse sólo a través de un largo tiempo. No sabemos todavía lo que Internet podrá significar para los usuarios cuando éstos ya no sean el 4,5 ó 6% -que representa de todas formas una elite económica, cultural e intelectual- sino cuando éstos sean el 30 ó 40%. Sólo entonces se comprenderá qué formas de uso atribuye la sociedad a estas tecnologías.

Hoy en día comenzamos ya a saber algo, porque conocemos el comportamiento de los ciudadanos con respecto a la televisión y cómo se lleva a cabo el consumo televisivo, y -quién sabe- tal vez podamos tomar de aquí algunos elementos para interpretar la rela-

* Profesor de comunicación en la Universidad de Bologna (Italia) y en la Universidad de Lugano (Suiza).

ción entre el nivel económico y cultural de las personas y sus patrones de uso de la televisión.

Sabemos que las personas de los estratos sociales menos favorecidos, las que tienen menos cultura, menos relaciones sociales, las que llevan a cabo una actividad repetitiva y no creativa, son las que consumen más televisión y de una manera menos selectiva. Para estas personas, la televisión es un instrumento para llenar el tiempo, porque no tienen otras alternativas. Por ejemplo, el consumo de televisión en el sur de Italia, donde hay un 30-35% de desocupación juvenil y una tasa de desocupación del 20%, suele ser de este tipo.

Si observamos las categorías sociales más altas, aquellas que tienen más dinero y más relaciones culturales y sociales, vemos que tienen un patrón de consumo televisivo radicalmente diferente: escogen lo que quieren ver en la televisión porque tienen un sistema de relaciones sociales, un sistema de información en el cual se enmarca la oferta televisiva, y saben también renunciar a ver televisión si no hay algo interesante.

Son dos polos opuestos, que muestran bastante bien los patrones de consumo de un medio tan difundido como la TV, y pueden darnos pistas en relación a comportamientos otros medios de comunicación o instrumentos de información y entretenimiento. Hay que tener en cuenta que cuando nos referimos a la TV, estamos hablando de un medio que requiere un contar con un muy limitado uso de energía para su consumo.

Si proyectamos este tipo de observaciones a los nuevos medios de comunicación que ofrece la sociedad de la información (por ejemplo Internet, y otros medios interactivos y que permiten una gran posibilidad de selección en el acceso a sistemas de información), nos damos cuenta de que se trata de tipos de medios de información y comunicación que, a diferencia de la televisión, por ser interactivos, requieren de un esfuerzo mayor de consumo, es decir, de una inversión de energía y tiempo, para realizar una secuencia de selecciones. Sabemos que una selección supone prepararse de manera adecuada para escoger entre alternativas, y por lo tanto, para usar medios interactivos como Internet, es necesario en primer término invertir energías para dotarse de competencia en la búsqueda y selección. Sin preparación no se puede escoger ni tener estrategias de

conocimiento que le lleven a un objetivo; sin éstas destrezas, después de los primeros momentos de diversión que trae consigo el navegar por el espacio cibernético de Internet, uno se aburre y se harta, y no se llega a ninguna parte.

Sabemos que, muy probablemente, para formarse estrategias de conocimiento es necesario gozar de cierto tipo de ubicación social. Para tener estrategias de conocimiento debemos poder valorar la información a la que podemos acceder en nuestra vida cotidiana, es decir, nuestra esfera social ligada a las relaciones y al mundo del trabajo. En este sentido, sabemos que algunas personas gozan de un mundo social y laboral que les permitirá tener criterios de selección y discriminación, mientras que hay una gran masa que no tiene esta oportunidad. Son muchas las personas que efectúan trabajos pasivos, repetitivos, que no ofrecen ningún margen de incremento de saber o aporte de conocimiento. Estas personas probablemente no obtendrán del trabajo ningún aliento ni estímulo para usar estos medios de comunicación e incrementar su saber y sus conocimientos. De igual manera sucede en el campo social. Evidentemente si uno tiene una vida social rica en relaciones, con la posibilidad de invertir para aumentar su propio capital de cultura y de conocimientos, obtendrá estímulos y criterios para la búsqueda y selección de nueva información, y este nuevo saber será debidamente valorado por las personas que frecuenta. Pero las personas que tienen relaciones sociales pobres, y que -como sabemos- son muy numerosas en cualquier país (yo hablo de Italia donde hay mucha gente que vive en un ambiente socialmente pobre) aun cuando estas personas tuviesen veinticinco conexiones con Internet no sabrían qué hacer con ellas, porque no tienen lugares de representación para saber qué podrían adquirir, y por ende, no tienen dónde formarse estrategias de saber o de conocimiento.

Volvamos una vez más a la sociedad para comprender que no es la disponibilidad de nuevas tecnologías lo que puede transformar las relaciones sociales y laborales, o las relaciones entre las diferentes clases sociales. Si los poderes públicos, locales, nacionales o internacionales no logran crear políticas de transformación que apoyen a las mayorías, corremos el riesgo de que el desarrollo de las nuevas tecnologías favorezca a una capa elitista, una minoría que está ya dotada de saber y conocimientos, y que posee una situación

laboral o social que les permite valorar y hacer uso de las nuevas oportunidades, -como decía quien me precedió, existen teorías sociológicas y tecnológicas que explican estas brechas, y esto es algo que se ha sostenido siempre con respecto a todas las tecnologías-.

Por otro lado está la gran mayoría que no posee nada de esto, realidad que tiende a separar cada vez más a los ciudadanos de clase A (más competentes e informados, más seguros de sí mismos y con un mayor sentido de identidad, con mejor conjunto de relaciones sociales y laborales fuertes) del grupo mayoritario de la sociedad -o por lo menos un porcentaje importante de la sociedad- que no tendrá nada de esto y que verá alejarse la posibilidad de una relación con los avances tecnológicos.

Esto ya ha sucedido históricamente: si tomamos la evolución del teléfono vemos que pasó exactamente lo mismo, y en parte también con la imprenta. Por eso las perspectivas de las nuevas tecnologías -aún cuando no podemos todavía manifestarlo categóricamente porque se trata de pequeños porcentajes - serán seguramente muy similares. Considerando que hasta el día de hoy Internet no ha sido sino un preámbulo de lo que será, no podemos seguir pensando que se mantendrá como un servicio gratuito o de bajo precio. Esto se debe a dos motivos: el primero es que Internet es un servicio parasitario de los servicios de comunicación tradicionales, que son los que pagan la infraestructura. Es decir, si no existiesen las comunicaciones tradicionales Internet no existiría, porque no dispondría de un espacio sin pagar ninguna forma de transporte. El segundo: todas las personas que conocen mejor que yo las tecnologías, afirman que el sistema de telecomunicaciones, tal como está estructurado, sólo podrá soportar Internet mientras sea usado por un porcentaje relativamente bajo de personas. En Italia bastaría que el 10-15% de familias tuviese acceso a Internet para que el sistema de conmutación de las redes fallara completamente, ya que este sistema está calculado sobre la base de una duración promedio de las conversaciones telefónicas, que en Italia es de 5 o 6 minutos. Sabemos que el promedio de una conexión en Internet es de 20 a 30 minutos, y por lo tanto si un número sensiblemente más alto de usuarios que el actual entrase regularmente a Internet, se requeriría una reorganización total de la red, con una gran inversión, que tendría que ser pagada por alguien. Esto es tan cierto que ustedes saben que están ya en proyecto Internet 2 e Internet 3,

que serán sistemas Internet donde se privilegiará a los que paguen, y los que no paguen harán largas colas, con toda la lentitud imaginable, con interrupciones de línea, etc. Por último, recordemos que en el futuro todos los servicios de las nuevas redes de comunicación serán servicios pagados. Por lo tanto, habrá un factor de discriminación entre quienes puedan pagar y quienes no puedan hacerlo.

Existe otra variable que se considera poco: el tiempo, y navegar en Internet es una actividad que consume tiempo. Muchas personas en realidad no disponen de ese tiempo. Paradójicamente, la gente que tiene más tiempo a disposición es aquella que no tiene estrategias de conocimiento, y por lo tanto no tiene motivo para utilizar Internet, y las personas que sí tendrían razones para hacerlo son las que tienen menos tiempo disponible. Hace algunos años se hizo una investigación sobre la manera en que los italianos usan su tiempo, y entre las muchas cosas que se descubrieron se detectó que el 40% de los italianos perciben el tiempo como un recurso escaso, o más bien, que tienen poco tiempo. Lo que significa que el tiempo necesario para el uso de estos servicios es tiempo que tendrá que ser sustraído a otras actividades. Entonces se generará un gran proceso de negociación, para captar recursos económicos como para captar también este recurso tiempo; un nuevo tipo de negociación que por el momento conocemos poco, y por lo tanto un problema en perspectiva.

La última cosa que quisiera decir es que, con respecto a la formación de la ciudadanía, pienso que debemos darnos cuenta de lo siguiente: hoy en día, y en el futuro cada vez más, nuestro sentido de pertenencia y de ciudadanía depende de competencias y conocimientos crecientemente sofisticados. Un ciudadano no informado sobre sus derechos y deberes, sobre los procedimientos de acceso a los servicios y sobre los espacios de participación en las decisiones colectivas, será un ciudadano pasivo, un no-ciudadano. Pero para tener toda esta información será cada vez más necesario invertir mucha energía, y este tipo de inversión presupone la voluntad de querer ser ciudadanos.

Este es un elemento nuevo con respecto al pasado, con respecto a mi generación, quienes no dudábamos sobre el derecho de ciudadanía o sobre el concepto de ciudadanía, simplemente se era ciudadano. De ahora en adelante para sentirse ciudadanos será ne-

cesario querer serlo, y esto significará tener la voluntad de invertir tiempo. No habrá ya más ciudadanía sin la inversión de grandes cuotas de energía para adquirir este derecho y sentido de pertenencia.

IV. Cambios en las negociaciones colectivas

Las negociaciones colectivas en Europa y la sociedad de la información

Hans Slomp *

Tipos de ciudadanía en Europa Occidental

La ciudadanía en Europa Occidental ha tomado distintas formas, desde que se completó la formación de una burguesía nacional en el Siglo XIX.

La primera forma se da con el establecimiento de una burguesía nacional luchando por los derechos, la libertad e incluso el mercado libre, por medios pacíficos en una revolución, como la Revolución Francesa. En este proceso se establecen las fronteras nacionales, y las elites comenzaron un proceso de integración nacional a través de la enseñanza obligatoria y también por el servicio militar. Ambas actividades tenían en común que eran dirigidas hacia la aceptación de una autoridad central y la implantación de un idioma nacional que sirviera de contacto directo entre dicha autoridad nacional y los ciudadanos.

En Europa Oriental este proceso de integración nacional comienza más tarde; en algunos países sólo está comenzando, y afecta a toda la población, incluso a las elites: por ejemplo, en Ucrania y Bielorrusia son los presidentes mismos los que tienen que aprender

* Profesor de ciencia política de la Universidad de Nimega, Holanda.

Los datos en esta contribución se basan en Hans Slomp, *Between Bargaining and Politics: An Introduction to European Labor Relations*. Westport CT: Praeger, 1996.

los idiomas nacionales, porque hasta ahora sólo hablaban el ruso. De hecho, este proceso hacia una ciudadanía nacional no transforma a los campesinos en ciudadanos nacionales, sino más bien en sujetos nacionales que hablan el idioma nacional para poder atender mejor las órdenes del gobierno: los campesinos aprendieron a hablar este idioma para escuchar.

Un segundo proceso de ciudadanía es la integración civil que se logra gracias al impulso de las clases obreras, proceso que no fue iniciado por las elites nacionales, sino contra ellas. El movimiento obrero forjó la emancipación de la clase trabajadora, buscando no la observancia de las leyes, sino la participación de la clase obrera en las decisiones nacionales. Este proceso tuvo dos modalidades: una primera integración de ciudadanía directa, que se logra por medio del sufragio universal, permitiendo a los obreros participar en las elecciones nacionales (y locales). Esta demanda tuvo aún más prioridad que la de la reducción de la jornada de trabajo a ocho horas. Inicialmente esta demanda no buscaba una integración social, ya que el movimiento obrero se dirigía hacia la revolución internacional, pero la participación socialista en los parlamentos nacionales los transformó en movimientos reformistas y contribuyó a la integración de la clase obrera en la política nacional. Este proceso fue completado en Europa Occidental a finales de la Primera Guerra Mundial con la introducción del derecho de votos para todos los hombres y después también para las mujeres. La segunda forma que tomó esta demanda de la integración civil fue indirecta, por medio del reconocimiento oficial de los sindicatos obreros no sólo por parte del gobierno sino también por parte de los dirigentes de las empresas. Especialmente el movimiento obrero socialdemócrata, no sólo incluyó sindicatos sino también organizaciones de recreo, círculos de estudio y cooperativas de producción y de consumo.

En su lucha por mejores condiciones sociales y políticas para la clase obrera, los sindicatos han introducido procesos de negociaciones colectivas sin intervención estatal. Este tipo de comunicación entre sindicatos y empresas se desarrolló como la forma más destacable de la ciudadanía civil sin derecho; es decir el acordar y negociar condiciones de vida por medio de organizaciones voluntarias en vez de por el Estado. Por eso la Iglesia Católica promovió estos contactos pacíficos como el corporativismo, un concepto que ahora

sigue siendo aplicado a los contactos al nivel central, entre los sindicatos, las asociaciones empresariales y el Estado.

Esta forma indirecta de ciudadanía civil no era una novedad: ya existía la economía privada y el mercado libre, y un sinnúmero de organizaciones liberales y católicas, pero se hizo extensiva hacia la clase obrera, no sólo a través de los sindicatos sino también por las cooperativas obreras, las organizaciones del recreo, los círculos de estudio, el movimiento contra el alcoholismo y otros. En contraste con las organizaciones católicas estas organizaciones sociales no eran organizadas de arriba a abajo para implantar una autoridad central, sino como organizaciones voluntarias con una amplia participación de los miembros en sus actividades y en la toma de las decisiones.

La existencia de estas asociaciones voluntarias y la comunicación entre ellas para concertar condiciones sociales de sus miembros están consideradas como un ingrediente central de la Sociedad Civil y como una característica de la democracia. En Europa oriental bajo el comunismo no existía la libertad de organizar y afiliarse a organizaciones voluntarias, y en esta parte del continente la Sociedad Civil está en pleno desarrollo o ya tiene que empezar.

El movimiento laboral no sólo ha contribuido a la ciudadanía civil en ambas formas, una directa y una indirecta, sino también a la forma más reciente, la ciudadanía social. Este concepto se refiere a la integración social que se da en Europa después de la Segunda Guerra Mundial, gracias a las extensas políticas públicas en el ámbito social, tales como la seguridad social, la sanidad pública, el apoyo estatal en la construcción de viviendas sociales. Estas políticas dieron como resultado el llamado Estado del Bienestar. Un objetivo a destacar de este Estado de Bienestar fue la búsqueda por brindar una cobertura social a toda la población para prevenir el aislamiento social de los ciudadanos sin trabajo o sin otra forma de ingreso.

Este tipo de política social ya tenía sus raíces a finales del Siglo XIX, con la introducción de la seguridad social por el canciller alemán Otto von Bismarck, pero será sólo después de la guerra mundial que se extiende a toda la población, gracias a las ideas del político británico William Beveridge y la dominación política de la socialdemocracia en muchos países de Europa Occidental. Ante las

nuevas prioridades del libre mercado y la reducción del déficit estatal, hoy día se habla de que el Estado del Bienestar está en crisis o que ha llegado a su fin, pero a pesar de ello el nivel del gasto social sigue siendo muy alto en Europa Occidental, especialmente debido a la seguridad social más exclusiva. Esta ciudadanía social también existió en Europa Oriental bajo el comunismo pero no se dio de manera tan extensiva como en Europa Occidental, con la excepción de la garantía del trabajo (bajo el comunismo oficialmente no existió el desempleo).

Existen así varias formas de ciudadanía:

- La ciudadanía *nacional*, impuesta por el Estado, especialmente por medio de la educación obligatoria en el idioma nacional.
- La ciudadanía *civil directa*, en la forma del sufragio universal y la ciudadanía *civil indirecta* en la forma de las actividades y contactos mutuales de organizaciones voluntarias.
- La ciudadanía *social* por medio de políticas sociales del Estado o de las organizaciones voluntarias con el apoyo oficial del Estado.

La ciudadanía *social* es la que diferencia la ciudadanía europea de la que se da en los Estados Unidos, donde es el mercado libre el que supuestamente garantiza las condiciones mínimas de subsistir. América del Norte prefiere la ciudadanía civil indirecta, la interacción de organizaciones voluntarias, como el núcleo de la democracia, como el principal medio para evitar una intervención demasiado fuerte del Estado en la sociedad civil. Los norteamericanos prefieren el pluralismo sobre el Estado del Bienestar. Ahora el gran reto de los países en Europa del Este es que tienen que desarrollar dos o más formas de ciudadanía al mismo tiempo: no sólo la introducción de la ciudadanía civil indirecta, el pluralismo de las organizaciones voluntarias, sino también cambios en sus sistemas de ciudadanía social para adaptarlos a las condiciones del mercado libre, y en algunas naciones nuevas también la ciudadanía nacional para establecer una nación con idioma nacional.

Las negociaciones colectivas como forma principal de la ciudadanía civil indirecta

Aquí vamos a discutir las relaciones laborales, y específicamente las negociaciones colectivas. Las negociaciones forman parte no sólo de

la forma primaria de la ciudadanía civil indirecta sino también de la ciudadanía social, ya que en el proceso de negociaciones colectivas entre los sindicatos laborales y las asociaciones de empresas, también se concilia parte de la seguridad social y otras prestaciones sociales. Nos referimos en estas líneas, exclusivamente al tipo de negociaciones colectivas como se han desarrollado en Europa continental y que tienen como característica que se negocia y se acuerdan condiciones laborales para todas las empresas dentro de un sector o rama industrial. En muchos aspectos, incluida la forma de la ciudadanía civil, Gran Bretaña es una excepción en Europa, una posición muy apreciada por los británicos como por los continentales, y por eso no discutimos el sistema de las relaciones laborales en este país.

La negociación colectiva dentro de un sector de la economía o de una rama de la industria es la forma más importante de la regulación de los salarios, del tiempo del trabajo, de las remuneraciones adicionales, de la seguridad social y de otros tipos de condiciones laborales en Europa. Normalmente las negociaciones resultan en convenios colectivos que duran un año o dos. Una diferencia central entre las relaciones laborales en Europa Germánica y Europa Latina es la llamada paz laboral que se basa en la obligación mutua, que acompaña los convenios colectivos, de no entrar en conflictos durante el plazo del convenio. Durante este tiempo los sindicatos no organizan huelgas, ni apoyan huelgas espontáneas, limitándose los conflictos al periodo de las negociaciones. Los sindicatos pueden organizar huelgas cuando las negociaciones fracasan pero, una vez firmado el convenio o acuerdo, no hay ninguna huelga hasta el próximo periodo de negociaciones; trabajadores que entren en un conflicto tal, pueden ser despedidos por la empresa, con la aprobación explícita de los sindicatos.

Esta paz laboral se halla principalmente en la Europa Germánica, es decir en el Norte del continente: en Alemania, en un número de países más pequeños pero muy ricos como Finlandia, Suecia, Noruega, Dinamarca, Holanda, Bélgica, Austria y Suiza. En la Europa Latina, en países como Francia, España e Italia, la paz laboral es sancionada por los sindicatos como ajena a la idea misma de sindicato, y por eso la obligación de paz laboral disfruta de menor popularidad, y en caso de que ella se incluya en los convenios colectivos, no se observa estrictamente,

Esto lleva a que en Europa Germánica haya menos conflictos laborales. Además, en esta parte del continente el clima de negociación en vez de conflicto ha resultado en una reducción del número de huelgas en el ratio del conflicto en general: mientras en España e Italia hay muchos días de huelga promedio por año; en países como Alemania y Holanda, sólo hay unos minutos de huelga; y en Suiza y Austria, no más que unos segundos de huelga por año.

¿Por qué en Europa las negociaciones sectoriales tienen tal importancia? Tienen un sinnúmero de ventajas sobre el sistema norteamericano de negociaciones, que se da dentro de la empresa. Primero ofrecen la posibilidad de una regulación de los salarios muy generales, sin intervención estatal, dándose así una combinación de ciudadanía civil indirecta y social. En algunos países pequeños como Holanda y Bélgica, el gobierno participa en negociaciones a nivel nacional. En el llamado tripartismo, que consiste en negociaciones entre las asociaciones empresariales, los sindicatos y el gobierno, este último sólo asiste en un rol reducido; por ejemplo, para ofrecer una compensación a los sindicatos en caso de la moderación de los salarios por dichos sindicatos. En Europa Latina el gobierno es más activo y más protagonista. En esta parte del continente los sindicatos presionan al gobierno para introducir innovaciones en las condiciones laborales si las empresas se niegan a hacerlo de manera voluntaria.

La ventaja de las negociaciones sectoriales sobre las negociaciones dentro de la empresa no es sólo este rol reducido del gobierno (que es aún más reducido en Norteamérica), sino el hecho de que la regulación general de las condiciones de trabajo se dé solidariamente dentro del sector o hasta dentro de la economía nacional, y exista una responsabilidad sindical con la condición económica del país.

Una segunda ventaja es que las negociaciones al nivel del sector reducen el conflicto dentro de la empresa. Un conflicto sobre los sueldos o el tiempo del trabajo no más es una fuente del conflicto entre los trabajadores de cualquier empresa y la gestión de dicha empresa, sino un conflicto entre el sindicato sectorial y la asociación empresarial, es decir entre las asociaciones que están envueltas en las negociaciones. En el caso de que haya una huelga, ésta no está dirigida contra la gestión de la empresa sino contra la asociación

empresarial. Pues este tipo de negociaciones contribuye a la pacificación voluntaria de la empresa.

Una tercera ventaja de las negociaciones sectoriales es que las fuentes mayores del conflicto se hallan fuera de la empresa, lo que facilita el rol decisivo de los sindicatos en la promoción de la productividad de la empresa. En las grandes empresas europeas existen comités de empresa, elegidos por todos los trabajadores de la empresa, como una forma de participación laboral en las decisiones empresariales.

La gran mayoría de los comités de empresa están cooperando con la gestión de la empresa en buscar el crecimiento de la productividad. Los comités son instituciones o agencias de cooperación en vez de contestación u oposición. Además ellos están limitados en sus acciones por la obligación de la paz laboral durante el plazo del convenio colectivo. Esto no implica que los comités de empresa en Europa no tengan ninguna influencia en las decisiones empresariales. Al contrario, los más poderosos son aquellos comités de empresa que están limitados en sus actividades por los convenios colectivos, porque en estos casos no hay ninguna razón para que la empresa combata al comité o despidan a los miembros más activos. En caso de que despidan a estos militantes sindicales, tienen que hacerlo observando el convenio sectorial y puede tener como efecto que se pierda en parte la fuerza cooperativa en la empresa.

Esta cooperación se halla no sólo en Europa Germánica sino también en Europa Latina, aunque con una mayor hesitación de la parte de los sindicatos y de las empresas. Un sindicato francés utiliza el término cooperación conflictual para expresar esta hesitación —es casi un concepto que sólo los jesuitas habrían podido inventar.

Como resumen de esta parte podemos concluir que las relaciones laborales en Europa Germánica son más pacíficas, más disciplinadas, más organizadas, en una palabra: más aburridas que en Europa Latina donde hay más conflictos, una mayor libertad para acciones espontáneas (acción directa las llaman en Francia), con sindicatos que son movimientos más que organizaciones y por esto disfrutan o sufren más fluctuaciones en sus números de afiliados y en su poder.

La sociedad de la información en el mundo del trabajo

¿Y cuáles son los cambios que las nuevas tecnologías vienen dando en este sistema de convenios colectivos? El cambio actual en las relaciones del trabajo se basa parcialmente en cambios radicales del trabajo, debido a dichas tecnologías:

- a) En toda Europa hay un crecimiento rápido de empleados trabajando en servicios alrededor del proceso de la producción, en vez de en la producción misma, por ejemplo en el diseño del proceso de la producción, el desarrollo técnico, el control o la gestión.
- b) Dentro de muchas industrias ya hay más *empleados de cuello blanco* que obreros manuales. Así mismo, este cambio se expresa también en el desarrollo de los países europeos en la dirección de economías postindustriales o economías dominadas por los servicios en vez de por la industria.
- c) Este cambio del trabajo manual hacia el trabajo en oficinas implica más conformidad en las condiciones laborales. Las diferencias entre la industria y los servicios comerciales se han disminuido, tanto como las divergencias entre los sectores industriales como los del textil o del acero. Debido a esa mayor uniformidad en relaciones y condiciones laborales, el sector económico o la rama industrial pierde su rol como el núcleo de organización empresarial y sindical. Se establecen así nuevas formas de organización, no más basadas ya en el sector sino en el tipo de uso que el empleado hace de los nuevos medios de información. La distinción entre una secretaria en un banco y otra en la industria, que están sometidas a diferentes convenios colectivos desaparece: ellas tienen los mismos intereses y pueden organizarse en las mismas organizaciones. La profesión en vez del sector, es lo que va a distinguir a los empleados, generándose una creciente movilidad entre los sectores.

Se forman así grupos nuevos e informales de colegas en los diferentes sectores industriales y sectores de servicios comerciales y públicos, es decir gente que utiliza el mismo tipo de información con contactos frecuentes por medio de la computadora y de internet. El tipo de información que se busca y el uso que se hace de la computadora y de programas de *software* sirven de base para esta nueva forma de agrupación, lo cual ahora aún

tiene un carácter informal. Dichos grupos profesionales se constituyen de colegas, quienes no sólo tienen intereses comunes en el trabajo sino también en sus condiciones laborales, comparten tanto las oportunidades de formación profesional como las opciones de trabajar en la casa; el teletrabajo permite, en vez de ir a la oficina, evitar las congestiones del tráfico y combinar el trabajo con el cuidado de los niños. Los colegas discuten estos tópicos en sus redes informales del correo electrónico, casi sin ninguna referencia al sector en que trabajan. Pues es la profesión o la ocupación en vez del sector lo que va a servir y en algunos casos ya sirve como la base de intereses comunes y de redes de comunicación electrónica.

Además, el teletrabajo estimula una mayor variación individual en intereses, en relación con diferencias en la vida familiar, disminuye la distancia entre la casa y la oficina; modifica los contactos sociales, el uso del tiempo libre, e individualiza y aumenta las variaciones en el ritmo diario preferido. Son estas variaciones individuales las que constituyen la base de la individualización de las condiciones laborales, con variaciones individuales en las horas de trabajo y en incentivos salariales. La movilidad del trabajo en forma del teletrabajo ya implica una remuneración por lo menos parcialmente a base de la productividad, porque falta el control directo del empleado como lo hay en una oficina.

Las empresas no sólo tienen que tener en cuenta la diferenciación profesional e individual de sus trabajadores. También deben adaptarse a la diferenciación en la demanda de sus productos o servicios, ofertando una mayor variedad de productos, debido a los nuevos intereses profesionales e individuales de sus consumidores. Más que la industria tradicional los servicios modernos están diferenciados debido a la necesidad de conformarse a la mayor variación en los gastos individuales.

- d) La llamada *lean production* es una expresión de esta adaptación a la variación en patrones del consumo, dada la abundancia de información sobre los productos y servicios. Estos procesos han resultado en la flexibilización del trabajo, con contratos temporales y contratos *part-time*. Es la sociedad de la información lo que ha estimulado esta diferenciación dentro de los sectores entre grupos profesionales, las empresas y los trabajadores individuales.

- e) Dichos cambios en la estructuración de la economía han generado nuevas formas de las negociaciones colectivas. Como consecuencia de la reducción del papel del sector a favor de grupos profesionales, las negociaciones colectivas se moverán desde el nivel del sector hacia un nivel más descentralizado. Hasta ahora las negociaciones en el ámbito de la profesión todavía no existen en Europa Occidental, pero en los pactos colectivos sectoriales ya se ve una diferenciación creciente entre las varias profesiones dentro del sector. Los cambios más destacados son la descentralización hacia la empresa y la individualización de los contratos del trabajo, los cuales son más que antes, negociados por los mismos empleados. Ambas formas de la descentralización se han desarrollado debido a las nuevas tecnologías de la información.

La diferenciación entre las profesiones y la descentralización hasta el nivel de la empresa y el nivel del empleado individual, podrían resultar en una fragmentación de las negociaciones, como la hay en los EE.UU. y también (pero menos articulado) en Gran Bretaña, es decir en una fragmentación de la ciudadanía civil, pero éste no es el caso. Para no abandonar la coordinación en este proceso de descentralización, los sindicatos y las asociaciones empresariales también promueven una centralización de las negociaciones hasta el nivel nacional o al nivel intersectorial, como lo llaman los belgas, es decir a un nivel que combina varios sectores de la economía, por ejemplo todos los servicios comerciales o todo el sector público. La concentración hasta el nivel intersectorial o nacional puede resultar en un pequeño número de pactos colectivos que cubren toda la economía nacional. Una tal centralización ya se observa en la industria italiana, donde todas las fábricas de automóviles, los talleres mecánicos y los asterillos están cubiertos por un solo convenio.

Pues no se trata en Europa de una descentralización, sino de una combinación de descentralización y centralización. La descentralización es el desarrollo principal y más general, pero ella ha sido compensada por las negociaciones nacionales o intersectoriales. En estas negociaciones centralizadas, el gobierno puede participar de manera más activa que en las negociaciones sectoriales. En los últimos años, el tripartismo disfruta de una popularidad creciente, específicamente como estrategia para reducir el desem-

pleo y para manejar la dirección de la flexibilización del trabajo. Para las empresas este desarrollo implica que tienen que observar un número de convenios colectivos en vez de un solo convenio, es decir un número de convenios descentralizados que se aplican a distintos grupos profesionales, dentro de los límites impuestos por el convenio intersectorial.

Los cambios en las negociaciones colectivas también afectan las organizaciones implicadas, los sindicatos y las asociaciones empresariales. En varios países europeos los sindicatos sectoriales están reagrupándose y se confunden en nuevos carteles de negociación, por ejemplo, un cartel para todo el sector público o un cartel para todos los servicios comerciales. En las asociaciones empresariales este desarrollo es menos pronunciado pero hay indicadores de que van en la misma dirección, de una concentración de las fuerzas. La cartelización sindical está más avanzada en los países escandinavos, como Dinamarca y Suecia, pero también se halla en otros países.

- f) Como resumen, las nuevas tecnologías de la información han cambiado no sólo el trabajo industrial y el trabajo en los servicios, sino también la estructura del mercado de trabajo y las profesiones, la variación de intereses de estas profesiones dentro de los sectores, las negociaciones y hasta la estructura de los sindicatos y las asociaciones empresariales. El uso del correo electrónico también está cambiando el proceso de la negociación. Este nuevo medio de comunicación sirve para una comunicación más rápida y más amplia entre todos los colegas en una profesión y dentro de una empresa. La comunicación más extensiva resulta en una participación más activa en las decisiones sobre nuevos pactos colectivos y sobre condiciones laborales, como una huelga u otras formas de protesta. Lo que el transporte público logró anteriormente, la comunicación fácil y rápida entre huelguistas en varias ciudades, se hace ahora por medio del *e-mail*, y no sólo para los huelguistas.

El uso más frecuente e intenso de los nuevos medios de la comunicación es un importante aspecto de las nuevas relaciones laborales. Él muestra que la diferenciación profesional y los nuevos niveles de negociación no sólo ofrecen oportunidades de una mayor participación en las decisiones, sino también que los trabaja-

dores utilizan estas oportunidades. Los nuevos medios de información y comunicación generan una amplia participación en las decisiones en cuanto a las condiciones laborales y sociales.

Conclusión

En síntesis, el resultado es una mayor participación de muchas personas afectadas por decisiones sobre las condiciones laborales. Esta mayor participación significa un desarrollo importante en la ciudadanía civil indirecta y en la ciudadanía social, por lo menos para la gente con trabajo. Los cambios no reducen las ventajas del modelo europeo sobre el modelo norteamericano de las relaciones laborales, debido a la supervivencia de una coordinación de las negociaciones al nivel intersectorial o nacional. Estas ventajas, tales como la paz laboral y la pacificación voluntaria de la empresa, continúan influyendo en las relaciones laborales en Europa.

La mayor participación en las decisiones y en las negociaciones implica, para las relaciones laborales en Europa Germánica, un mayor espacio para iniciativas personales y una reducción de la disciplina. En Europa Latina se reducen las oportunidades de acciones sectoriales que a menudo tienen un carácter político, lo que es más difícil en el nuevo sistema de las negociaciones diferenciadas. Entonces una mayor participación en la ciudadanía civil directa y en la ciudadanía social, podrían conducir a una convergencia entre los dos tipos de relaciones laborales y dar como resultado una mayor uniformidad entre Europa Germánica y Europa Latina.

Uno de los aspectos más interesantes de esta ciudadanía más activa y esta convergencia, es que se realizan casi sin intervención de la Unión Europea, pero debido a la sociedad de la información. Es el desarrollo de la tecnología más que los cambios en la política supranacional en Europa, lo que causa estas transformaciones radicales en las relaciones laborales y en la ciudadanía europea.

La sociedad de la información, ¿Genera mejores condiciones para la negociación?

Carmen Rosa Balbi *

Esta pregunta se enmarca en la reflexión sobre algunos temas de la agenda nacional: la consolidación de la democracia, la preocupación por la superación de las exclusiones sociales, por la disminución de lo que vienen siendo una de las resultantes de la globalización: una creciente desigualdad.

De inicio se puede de manera muy optimista especular, en un continente tan perturbado como América Latina, sobre las perspectivas auspiciosas de una negociación, basada en el creciente acceso a la información y en el encauzamiento de un comportamiento pautado por acuerdos racionales anclados en el conocimiento de lo que uno sabe. Comportamiento racional que, como punto de partida, es entendido por ciertas relaciones de evaluación de las situaciones y por tanto de cálculo, en donde ambos actores en conflicto, puedan tener la posibilidad de ganar; lo que supone la superación, en el Perú, del llamado juego de suma 0, (que podría ser nuestro peculiar aporte, equivalente al *dilema del prisionero* de las teorías de la elección racional).

Pero calculo que implica: que se sopesa aquello que supone las implicancias de esta manera de ganar; que se potencie la visualización de intereses comunes por encima del conflicto; que es posible

* Profesora del Departamento de Ciencias Sociales y de la Maestría en Sociología de la Universidad Católica.

ganar tanto entre países como entre grupos humanos, en función de concesiones mutuas que no implican cesión en el terreno de los principios. Todo ello siendo razonablemente real e indispensable para llegar a niveles básicos de concertación *societal* y coexistencia civilizada. Por lo tanto es necesario reflexionarlo también sobre un continente y sobre nuestro país en particular donde el peso de lo que usualmente solemos llamar *irracional*, es grande.

Me refiero de manera importante al tramado de rencores, revanchas, odios y resentimientos usualmente acumulados a lo largo de la era republicana y que nos retrotrae a 500 años de un factor que a mi entender todavía vertebra el Perú en su diversidad cultural: la desconfianza; desconfianza en procedimientos, en reglas, en las relaciones interpersonales, que no pocas veces terminan invadiendo la dimensión racional, pensante, calculadora en el mejor sentido del término. En el sentido de que hay una proyección, una revisión de las implicancias posteriores de determinadas acciones o decisiones.

De allí viene, sin duda, el éxito latinoamericano del género de las telenovelas. Ellas suelen desarrollar siempre complejas o simples tramas atravesadas y enrarecidas por odios, complejos, sentimientos de inseguridad, de identidad, cuyos altos niveles de sintonía, como lo muestran diversos estudios y el *rating* mismo, no tienen más origen que el enorme grado de identificación con las situaciones o los personajes que ellas generan en los televidentes.

Debemos tener presente en esta reflexión sobre lo indispensable de la concertación y de una lógica de negociación, que venimos de una dolorosa guerra interna que ha costado a lo largo de 15 años más de 30,000 muertos y que ilustra, de manera brutal por la vesania que tomaron los movimientos involucrados, la cantidad de odios, resentimientos y frustraciones que, al no tener canales de procesamiento, se expresaron abriendo las compuertas de la violencia en un país como el Perú, cuya idiosincrasia era usualmente calificada de pacífica ¹.

¹ Esto puede quedar ilustrado en la entrevista que la autora realizara a un militante senderista, cuando éste expresa literalmente que, "ante tanta frustración y resentimiento acumulados, felizmente nace Sendero Luminoso como partido que permite canalizar el odio de clase" (Entrevista realizada para un estudio sobre la violencia reciente en el Perú y publicada parcialmente en la revista *Quehacer* N 85, 1994)

Acabada la guerra, resulta todavía claro a quien emprenda un estudio del funcionamiento de colectivos e instituciones en el Perú, que la tendencia anclada profundamente en el medio nacional-urbano es la lógica de lo que hemos llamado el *juego de suma O*, convirtiéndose en filosofía cotidiana, ética, ideológica. Esto se resume en que para que yo pueda ganar en una negociación o conflicto, tengo que aplastar, *aniquilar* al otro, antes que negociar en términos racionales y menos aún aceptar que ambos pueden ganar.

A mi manera de ver, en el Perú, esto forma parte de una forma de ver el mundo, que de alguna manera, fue agudamente consignada ya por Haya de la Torre. El en sus escritos, compara ya en el año 1923, las grandes diferencias existentes entre Alemania y el Perú, al observar el denominado juego del palo encebado. Dicho juego consiste en ascender en un poste cubierto de cebo, hasta alcanzar la punta de dicho mástil. Mientras que en el primero, el conjunto de las personas que observan el juego alientan colectivamente a quien trepa para que alcance la meta, en el Perú, Haya notaba cómo éste se jugaba completamente al revés: las gentes alrededor hacían lo imposible para que el trepador que podía alcanzar el éxito no pudiera alcanzar la meta. Algo que, podríamos agregar, se genera en el contexto que el antropólogo Foster denomina de “‘bienes escasos’, siendo entonces la lógica, ‘que si yo no puedo llegar, que nadie llegue’”.

De allí fraseos coloquiales que en nuestro medio urbano, desarrollaron una gran vigencia por sus visos casi descriptivos y naturalizados; como aquel de serruchar el piso para denominar la manera como ha sido enfrentada la competencia por los ascensos en la burocracia. Y que reproduce la misma idea de funcionamiento *en y de* la sociedad: si yo, sea por incapacidad o eventual marginación no puedo ascender, consagro mis energías a impedir que alguien más competente o que no goza de mis simpatías personales, ascienda. Con la grave consecuencia de la instauración de la mediocridad como pauta.

Esto a otro nivel quizá ha sido muy bien recogido por autores tan diversos como Octavio Paz o Norberto Lechner. El primero llama la atención señalando que las discrepancias en América Latina toman una *lógica de cruzados* que se resume en aquella frase bíblica: “O estás conmigo o estás contra mí”. Lechner retoma esta reflexión

para denotar cómo en América Latina la lógica política se enfrenta con aquella de amigo/enemigo, donde este último debe ser aniquilado, antes que ser percibida como discrepancias entre determinados puntos de vista. Y es que es todavía difícil -a pesar de las duras experiencias confrontadas por el continente en la últimas décadas-, pensar las interacciones en términos de adversarios con puntos de vista divergentes y no en términos de enemigos. Y más aún, convencernos de que entre dos puntos de vista discrepantes, ambos pueden ganar.

Es así que el diálogo entre Europa y América Latina propiciado por este seminario puede resultarnos de gran utilidad si reflexionamos y tomamos como referentes patrones históricos de nación que, contruidos a lo largo de siglos, han permitido sociedades bastante integradas. En contraposición a Norteamérica, podemos denominar el modelo social europeo, que anclado en la filosofía humanista conformó un Estado que decidió históricamente jugar un rol activo para la articulación de consensos hoy contruidos, y optar -como lo muestra el trabajo presentado por Hans Slomp- a seguir jugando un rol fundamental.

De allí que para nosotros, para definir qué queremos construir como sociedades y como país, Europa sea un referente obligado, en el que el hombre, el ser humano- y no la competitividad o el mercado- vertebren los fundamentos filosóficos de sociedad.

Esto entonces, como lo hemos escuchado en los diversos expositores europeos, lo que transmite es no sólo la realidad de una construcción de pautas, reglas racionales de interacción, que gozan de altos consensos societales, sino algo que no siempre se destaca, todo un tramado histórico-institucional que garantiza que dicha racionalidad, subrayo, construida después de dos dolorosas guerras mundiales, funcione cotidianamente, reproduciendo un orden societal donde la integración sea una preocupación central.

Ello, como se ha reiterado aquí, se ha realizado respetando las particularidades culturales de cada país (o más bien tomándolas en cuenta); pero también con un rol siempre activo del Estado para crear las condiciones que permitan llevar constantemente a cabo procesos de negociación. Donde no exista un excesivo desbalance de poder de los actores en conflicto para que ésta no quede desvir-

tuada. Ello por cierto ha sido una piedra angular que ha posibilitado que hoy el proyecto de la Unión Europea se haya convertido en una promisoría realidad.

El Rol de la Información

De otro lado creo al mismo tiempo que es indiscutible que, de una manera u otra, el acceso a la información en un mundo que se interconecta velozmente cada día dentro de la denominada globalización, fomenta a su vez procesos cognitivos acelerados, nutridos por la accesibilidad a una enorme masa de información, aunque como ya se dijera el día de ayer en este seminario, abundancia de información no es equivalente a democratización.

Así ocurre al menos en América Latina, donde la difusión, bombardeo cotidiano de las arcadias y las infinitas fuentes de disfrute que ofrece la sociedad de consumo, paradójicamente se convierten en sí mismos, en fuentes creadoras de disconformidad y de frustraciones, frente a un sistema que no provee ni lejanamente los medios para acceder al paraíso de los bienes de consumo de la sociedad moderna.

Y donde para los jóvenes empieza a ser una importante fuente de frustración, dada una selección pautada por el mercado, y donde se alimenta la percepción de un marcado fenómeno de discriminación, en un país con grandes desigualdades como el nuestro, siendo por tanto muy relativa la democratización del acceso a la información: navegar en Internet es aún privilegio de grupos minoritarios en relación al conjunto de la población. Esto es sólo un reflejo de que la integración está por construirse.

En este terreno no está de más decir que en un mundo donde reina la libre empresa son las grandes empresas transnacionales de la comunicación aquéllas que deciden qué es lo que vemos y qué es lo que no. De allí que la Unión Europea otorgue cada vez más importancia a la idea de la regulación en materia de lo que son los medios audiovisuales.

¿Existe una racionalidad en América Latina?

Retomemos la pregunta que hace un buen tiempo vienen planteando algunos intelectuales como Leopoldo Zea, en la búsqueda por crear una filosofía latinoamericana, pregunta que la tenemos

como inquietud constante quienes intentamos reflexionar sobre sociedades comparadas: ¿Cuál es la racionalidad de América Latina? ¿Es distinta, o queremos que sea distinta a la sajona o a la europea?

No pretendemos por supuesto en este breve ensayo responder a tan compleja cuestión. Creo que ya el levantar las preguntas resulta de importancia. Y me inclinaría a pensar, casi de manera intuitiva que la respuesta es sí. Pero ¿Existe ésta más allá de la solidaridad colectiva existente en redes o grupos, y que suelen ser las bases de definición de identidades comunes? En el Perú, los fuertes lazos particularistas tejidos a lo largo de la historia por partidos que, como el aprista, resultaron siendo en términos gramscianos, una suerte de *contra sociedad*, es ilustrativo de ésto.

Como peruana y latinoamericana, más que ver con distancia la racionalidad sajona o europea, creo que es posible construir una racionalidad que introduzca lo que podríamos llamar avances civilizatorios si así consideramos la negociación, y que recupere también lo propio de lo que podemos bosquejar como identidad latinoamericana, donde para resaltar sólo un rasgo, los lazos afectivos parecen tener más importancia que en otras realidades. Si ésto es así, dicha *racionalidad latinoamericana* donde lo esencial sea lo mismo: que el otro sea respetado, es aún una ardua construcción.

Información y Ciudadanía

El acceso enorme como nunca soñó la humanidad de información ha devenido sin duda alguna, aún con sus limitaciones, en una mayor democratización, en proveedores de un conjunto de insumos o *inputs* importantes y decisivos para negociar ciudadanía. Con esquemas que de una u otra forma se expresan ansiosos y demandantes de participación, extendiendo derechos políticos y sociales que expresan en la realidad algo cercano a una real igualdad de oportunidades.

La globalización de la información permite así de manera cada vez mas extendida, que en el último rincón de un país con una geografía tan compleja y culturalmente diversa como el Perú, se maneje información que puede tener implicancias directas en la calidad de vida. Si lo quisiéramos ejemplificar, las gentes saben ahora con relativa nitidez qué significación tiene el fenómeno de la desnutrición; sus implicaciones en el crecimiento normal del ser

humano; o las múltiples oportunidades que la ciudad ofrece, de las que el mundo agrario parece marginado, las diferencias intra regiones en esta materia.

En fin, sobre lo que pregonan la sociedad moderna en particular para los jóvenes -la mitad de la población peruana- sobre la igualdad de oportunidades; que leído de otra manera, es en realidad la promesa de la superación de las formas diversas de la exclusión social, en un país todavía caracterizado por ella. Puesto en términos sociológicos, con una débil vigencia de la movilidad social que termina siendo una suerte de *propaganda demagógica*, a la que la gente se acerca con mirada crítica, producto de la enorme difusión e interiorización de la noción de derechos que ha habido en el Perú en las últimas dos décadas, cuando se quebró el cemento ideológico oligárquico, de corte estamental, que cohesionaba a la sociedad peruana.

Los últimos acontecimientos ocurridos en el Perú, vinculados a torturas, corrupción, autoritarismo, que más bien han tendido a recortar información sobre el acontecer político, han llevado a que -producto de la difusión de los medios masivos de información-, los peruanos se conviertan en ávidos consumidores de información política. Que hayan ido, acumulativamente desarrollando una visión crítica de las reiteradas violaciones de las normas que pautan el conjunto de las instituciones; las derivantes en el terreno económico-individual del modelo en curso, llevan también a la población a interrogarse -tal como lo muestran las encuestas de opinión pública- sobre las relaciones entre ética y política, mostrando a lo largo de estos años de confusión y hermetismo, una alentadora presentación ética del pueblo peruano.

En ese sentido, el Perú debe ser uno de los países más politizado, no sólo porque como producto del modelo en curso tiene un enorme ejército de profesionales taxistas, sino que con dicha información - y voy a hacer una interpretación optimista-, más que sólo informado, el peruano se siente hoy preocupado a nivel individual, y en tanto parte de una comunidad nacional, rechaza determinadas acciones.

Una encuesta realizada por IMASEN en 1996, puede resultar ilustrativa de lo que afirmo, y nos lleva al complejo tema de los espacios públicos en la sociedad actual: un 70% de peruanos señala

procesar sus opiniones políticas sobre la base de la información de la información televisiva, radial y en menor medida, por la prensa escrita.

Esto ocurre en medio de un alto grado de fragmentación y de debilitamiento del tejido social anclado en una diaria lucha por la supervivencia, derivada de una suerte de crisis permanente que, producto de un modelo económico que ha exacerbado el individualismo, con una lógica económica del *sálvese quien pueda*, antes que como una celosa noción de ciudadano; cuando no está atada a programas asistenciales que quedan desvirtuados cuando, como viene ocurriendo en el actual régimen, han cobrado formas no tan sutiles de clientelismo, cuando no de virtual chantaje².

Ello ha desarrollado, sobre todo en la gente mayor con responsabilidades, una suerte de *ciudadanía pasiva*, distinta a la de los países del primer mundo, -anclada en la apatía-, en la medida que una ciudadanía activa significa no sólo la disponibilidad de información para el individuo, sino la capacidad de influenciar, de participar en la toma de decisiones.

Ello resulta preocupante cuando se produce, de un lado en el actual contexto de una virtual disolución o debilitamiento de los actores sociales, cuya característica central entre otras, es contar y trabajar en acumular fuerza la suficiente fuerza como para establecer condiciones de negociación. De otro lado, la crisis, la visualización de una débil cuando no inexistente vigencia de los canales institucionales, no indica que hay un intenso proceso de interiorización de la significación y utilidad de la democracia, proceso en el que subyace una búsqueda tenaz de derechos sociales, que sin duda apuntalan la lucha por la ciudadanía.

Lo que ha ocurrido en el Perú con nitidez, producto de esa desestructuración de los actores colectivos, se entiende como pérdida de capacidad de negociar con metas precisas. Pero de otro lado, cabe resaltar que vienen surgiendo redes y colectivos de naturaleza informal. Estas, sin llegar a constituirse en actores sociales con

² La información recientemente proporcionada por el mismo Primer Ministro es preocupante: un 40% de la población, vive de donaciones.

metas, liderazgo y demás rasgos clásicos de aquellos, y por lo tanto sin una capacidad de imponer negociación, han logrado generar de manera muy extendida redes sociales restringidas a grupos y gentes que comparten determinados valores e identidades. Ellas cumplen un rol de naturaleza funcional, como la ayuda mutua, al mismo tiempo que funcionan a la manera de *espacios públicos*. Una de las expresiones más nítidas de estas redes, fue en 1990, la *construcción oral* del entonces desconocido candidato Fujimori, para enfrentar la candidatura segura del escritor Vargas Llosa, que aparecía soberbia, claramente distante, cuando no despreciativo en gestos y actitudes hacia el mundo popular empobrecido: las grandes mayorías del país.

Las formas de funcionamiento de dichas redes -de gran vigencia y realidad en relación al resto de América Latina- están todavía pendientes de estudiarse más a profundidad. Lo que múltiples trabajos indican es que teniendo en cuenta el masivo fenómeno de la migración del campo a la ciudad confrontada como un mundo hostil, estas redes funcionaron con gran eficacia para la adaptación a la ciudad primero y la movilidad social luego.

Pienso, como señala el sociólogo Sinesio López, que este neoliberalismo a ultranza del *sálvese quien pueda*, implementado la última década, visto desde otro ángulo, ha desencadenado una fuerza vital arrolladora, llena de creatividad, permitiendo enfrentar las condiciones adversas confrontadas en la ciudad, a través de la construcción de un tejido colectivo, autónomo, basado en criterios tradicionales, como los lazos familiares, de parentesco, paisanaje, antes que intereses de clase comunes. Como se dice del fútbol peruano, *se crece ante la adversidad*, y por tanto se es capaz de tomar retos y desafíos; da cuenta de ello el masivo proceso de autoconstrucción de vivienda, posterior a las invasiones.

Sin embargo esta complejidad de redes informales adolece de un problema central: no sólo no tienen reglas claras y transparentes de funcionamiento que puedan ser universalizables; podría decirse también que cada grupo o sistema de red, desarrolla solidaridades y lazos de reciprocidad intragrupo, reafirmando identidades grupales más que nacionales. Y donde finalmente, la noción de ciudadanía como activa comunidad nacional de intereses, es aún larvaria.

A ello coadyuva sin duda el exacerbamiento de opciones indivi-

duales, mencionadas líneas arriba del *sálvese quien pueda*. Y que como señalara Max Hernández, el reto entonces es “transitar de individuos” -que se mueven en un contexto de capitalismo salvaje -, a ciudadanos.

Dicha ciudadanía tiene todavía que crear y luchar por encontrar medios de participación y de expresión, en un contexto político de alto grado de centralismo en el ejercicio del poder, que se expresa con nitidez con la negativa gubernamental a la demanda mayoritaria de realización de un referéndum para dirimir una eventual reelección presidencial. De no encontrarse o construirse esas formas expresivas de ciudadanía de manera importante en el terreno regional, la amplia información disponible puede caminar de la mano con una frustración en aumento que no tiene canales para expresarse.

Perspectivas hacia una cultura de concertación

En el Perú, es importante saberlo y tenerlo en cuenta, no existe una tradición ni una cultura de la concertación; antes estamos marcados por una cultura de confrontación, de identidades excluyentes y divisiones infinitas. Los desafíos en este terreno, se ubican en sopesar y valorizar lo avanzado en torno a acuerdos y actuaciones concordadas y también en *construir una cultura de la concertación*. Esta última es el gran activo logrado por los países hoy desarrollados, que, a pesar de los múltiples conflictos que la atraviesan, en la medida que valoran la democracia han logrado una convivencia civilizada. Sin ir muy lejos fue también el gran activo de la transición democrática chilena post-Pinochet.

Tal vez es por ello que aquella frase acuñada por Ramiro Prialé, concertador del Apra, *conversar no es pactar* como forma de razonar y darle un sustento a la concertación, pasó a la historia en un país que todavía es débil en el aprendizaje de construcción de consensos.

Queremos reiterar que la dificultad de llegar a acuerdos se halla alimentada por 500 años de desconfianza, donde el afán de protagonismo, de perfilamiento del grupo sacrificando objetivos mayores, cuando no de canibalismo o juego de suma cero, donde para ganar es necesario aniquilar al otro, forman parte de nuestra tradición y de un cierto sentido común. La tarea del país entonces se presenta como epopéyica. Asumiendo que no es poco lo que se ha avanzado en un entendimiento que allana el terreno a una unidad real.

Así deben entenderlo también las agrupaciones políticas, en tanto pilares de una democracia, y poner en práctica ese espíritu concertador, hoy manifestado verbalmente por todos, pero que no suele tener correlato en la práctica.

A pesar de todo lo dicho, creo sin embargo que estamos en tránsito hacia una cultura de la concertación y de la negociación. Ello se mostró con claridad cuando se produjo la inaudita e impensable toma de la Residencia del Embajador de Japón, operativo realizado por 17 personas del MRTA. Allí, a lo largo de meses, según lo mostraban las encuestas y se corroboraba en las calles, el grueso de los peruanos estaban *por una salida negociada* o *por la negociación* como vía para alcanzar la pacificación. Si bien la vía militar había combatido a los grupos subversivos, ésta no podía acabar con ellos.

El Consejo Británico

El propósito del Consejo Británico es promover un conocimiento más amplio del Reino Unido como una democracia dinámica que mira hacia el futuro así como expandir el uso del idioma inglés. Basándonos en el capital intelectual y la inmensa creatividad del país, reforzamos el papel positivo del Reino Unido en la comunidad internacional a través de la cooperación cultural, científica, tecnológica y educativa.

El Consejo Británico trabaja con socios en el Reino Unido y en el mundo, para construir relaciones sólidas en el tiempo con gente e instituciones en otros países. Valoramos por eso el beneficio mutuo y basamos nuestras relaciones en la confianza, calidad y excelencia en todo lo que hacemos.

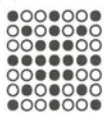
Somos auspiciados por el Ministerio de Relaciones Exteriores del Reino Unido y también recibimos fondos de los Departamentos de Desarrollo Internacional, Educación y Empleo.

Nuestro trabajo en el mundo

En el mundo, el Consejo Británico concentra su trabajo en satisfacer las demandas de aprendizaje del idioma inglés, crear oportunidades para la educación y la capacitación, compartir los beneficios de la ciencia, construir lazos para el desarrollo sostenible, promover las artes y la creatividad británica e informar acerca de innumerables aspectos del Reino Unido

En el Perú

- Administramos programas de capacitación para profesores de inglés de instituciones educativas en el ámbito nacional;
- Apoyamos con *expertise* británico en el cambio y la reforma educativa;
- Contamos con centros de información en Lima, Arequipa y Trujillo que proveen acceso con alta tecnología a fuentes de información británicas en temas generales y educación en el Reino Unido;
- Promovemos la eficiente institucionalidad democrática, el buen gobierno y los derechos humanos.

 **The
British
Council**
The British Council Peru

Alberto Lynch 110
San Isidro, Lima 27-Perú
Tel. (+51.1) 221-7552
Fax (+51.1) 421-5215
postmaster@bc-lima.org.pe

<http://www.britishcouncil.org/peru/index.htm>



Instituto de Estudios Europeos
Pontificia Universidad Católica del Perú

El Instituto de Estudios Europeos, creado a fines de 1996, nace con la finalidad de promover, coordinar y realizar estudios y debates sobre las diversas dimensiones del proceso de unificación europea, y del impacto que éste tiene en América Latina y en el Perú.

A lo largo de estos años hemos venido llevando a cabo diversos seminarios en los cuales, con una mirada comparativa se han analizado los procesos de integración en América Latina y Europa en aspectos tales como la dimensión política, la dimensión económica, la dimensión jurídica, la dimensión cultural.

La línea de publicaciones del Instituto, busca difundir estos debates.

Publicaciones:

Serie Libros

- ☐ *Ciudadanos en la sociedad de la información*, Miguel Giusti y María Isabel Merino, editores. (1998)
- ☐ *Los procesos de integración en Europa y América Latina*, Miguel Giusti, César Landa y Helmut Wagner, editores. (en preparación)

Serie Ensayos:

- ☐ N° 1: *Algunas notas sobre las relaciones Comunidad Andina-Unión Europea*, Alan Fairlie. (1998)
- ☐ N° 2: *Políticas sociales, integración regional y participación de la sociedad civil*, Bruno Podestá. (1998)

Av. Camino Real 1075 - 4to. piso
San Isidro, Lima 27 - Perú
Teléfono: 221-1194
E-mail: ieeurop@pucp.edu.pe
<http://www.pucp.edu.pe/~iee/>



Centro de Documentación Europea
Pontificia Universidad Católica del Perú

Creado gracias a un Convenio suscrito en 1996 entre la Comisión Europea y la Pontificia Universidad Católica del Perú, el Centro de Documentación Europea forma parte de una amplia red de información documental y electrónica que difunde la experiencia de integración en Europa y promueve la cooperación internacional.

Para ello contamos con:

- ☐ Publicaciones oficiales de la Unión Europea
- ☐ Bases de datos y servicios electrónicos
- ☐ Fuentes de referencias generales sobre Europa
- ☐ Documentos y publicaciones de entidades especializadas en la interrelación entre Europa y América Latina
- ☐ Una amplia red de contactos institucionales

Servicios

- ☐ Consultas en bases de datos europeas
- ☐ Servicio de referencia
- ☐ Sala de lectura
- ☐ Acceso a la información por Internet
- ☐ Búsquedas especializadas

Av. Camino Real 1075 - 4to. piso
San Isidro, Lima 27 - Perú
Telefax: 221-1194
E-mail: cdeurop@pucp.edu.pe
<http://www.pucp.edu.pe/~iee/>

Ciudadanos en la sociedad de la información,
se terminó de imprimir en el mes de mayo
de 1999 en los talleres gráficos de Editorial e
Imprenta DESA S.A. (Reg. Ind. 16521)
General Varela 1577, Lima 5, Perú.

PUBLICACIONES RECIENTES

BIRGER ANGVIK

La Ausencia de la forma da forma a la crítica que forma el Canon Literario Peruano. 1999. 432 p.

IVAN MEINI MENDEZ

La responsabilidad penal de las personas jurídicas. 1999. 252 p.

ELMER ARCE ORTIZ

La nulidad del despido lesivo y Derechos constitucionales. 1999. 337 p.

PINKAS FLINT BLANCK

Grupos de poder y Derecho en el Perú. El Caso de las industrias harineras y oleaginosas. 1999. 390 p.

ISMAEL MARQUEZ Y CESAR FERREIRA (Editores)

De lo andino a lo universal. La obra de Edgardo Rivera Martínez. 1999. 295 p.

WILLIAM MEJIAS-LOPEZ (Editor)

Marcel Bataillon y la América colonial. 1999. 470 p.

MIGUEL GIUSTI

Alas y raíces ensayos sobre ética y modernidad. 1999. 338 p.

El Instituto de Estudios Europeos es una unidad académica de la Pontificia Universidad Católica del Perú creada con el objeto de promover, coordinar y realizar estudios, investigaciones y debates sobre el proceso de unificación europea en sus diferentes dimensiones, teniendo en cuenta las múltiples relaciones que se han establecido entre Europa y América Latina, especialmente el Perú, en el marco de dicho proceso.

Instituto de Estudios Europeos
Pontificia Universidad Católica del Perú
Camino Real 1075 - San Isidro, Lima 27
Telefax: 221-1194
Email: ieeurop@pucc.edu.pe
<http://www.pucc.edu.pe/~iee/>

El Consejo Británico promueve el conocimiento del Reino Unido, una democracia basada en el capital intelectual y la creatividad de su pueblo. Trabajamos en el Perú construyendo relaciones sólidas en beneficio mutuo y orientadas hacia el nuevo milenio.

Conscientes de la importancia de la era de la información, promovemos el intercambio de ideas en este campo y creemos en el rol de la información en favor de la democracia, el buen gobierno y los derechos humanos.

Consejo Británico Perú
Alberto Lynch 110 - San Isidro, Lima 27
Tel. 221.7552 - Fax 421.5215
postmaster@bc-lima.org.pe
<http://www.britishcouncil.org/peru/index.htm>

