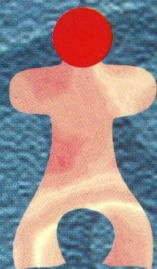


- INSTITUTO DE ESTUDIOS EUROPEOS
- CONSEJO BRITÁNICO

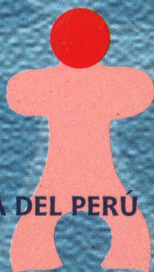


Ciudadanos en la Sociedad de la Información



Capítulo 4

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

¿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 societales, 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 multimediales 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 *hiper-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.