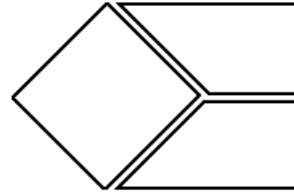


Homo videns y homo digitalis en América Latina



Rafael Roncagliolo

*“Hoy en día, cuando se habla de computación,
no hablamos de computadoras sino de la vida misma”*
Negroponte

*“La interactividad puede ser tan peligrosa
como la radioactividad”*
Virilio

Resumen

Esta ponencia quiere analizar el contexto socio-cultural y político de la transformación tecnológica de América Latina, a partir del vínculo existente entre dos definiciones del cambio actual: la de Negroponte (*homo digitalis*) y la de Sartori (*homo videns*).

En una primera parte se trata de los cambios en el consumo cultural, que empezó a abandonar, desde tiempo atrás, los mercados físicos reales, primero en beneficio del consumo a domicilio, y ahora en razón de la expansión de los mercados virtuales. La informatización no parte de cero ni constituye un “*deus-ex-machina*”, sino que prolonga tendencias de largo plazo iniciadas con la radio y los otros “mass media”.

En una segunda parte se hace referencia a las consecuencias de estos cambios sobre la vida política latinoamericana y, en particular, sobre el futuro de la democracia. Hay dos preguntas que debieran estar presentes para contextualizar los progresos y valiosas experiencias que se están realizando en América Latina y que serán analizadas en este Simposio: ¿Es posible una democracia de individuos aislados, sin espacios públicos? ¿Es que se están generando nuevos espacios públicos democráticos?

Este trabajo fue presentado en el Simposio Latinoamericano y del Caribe: Las tecnologías de la Información en la sociedad. Uso e impacto presente y futuro. Aguascalientes, México, octubre de 1999.

El autor es integrante del Consejo Directivo de Transparencia, Perú y presidente de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, Perú.



Introducción

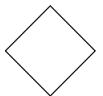
La feliz iniciativa del INEGI y de la UNESCO permite que durante estos tres días (a) encaremos las extraordinarias oportunidades que la tecnología digital nos ofrece a los latinoamericanos en los campos de la educación, de la cultura, de los servicios públicos, del comercio, del trabajo, de la administración pública, y de la información y las comunicaciones; (b) exploremos mecanismos para garantizar el acceso universal a la información, es decir la democracia; y (c) examinemos alternativas de política informática para nuestros países.

Han querido generosamente los organizadores colocar en la primera sesión de este simposio la reflexión de alguien que analiza los cambios en curso, no como especialista en informática, sino como sociólogo, que pone el énfasis sobre el significado social de estos cambios; y como ciudadano, que busca que las innovaciones técnicas sirvan a la democracia y no a los autoritarismos tipo “1984” de Orwell, tan frecuentes en nuestra historia regional; que promuevan más justicia y no nuevas formas de analfabetismo (tecnológico), estratificación y discriminación social; que sirvan a la liberación de las personas y no a su dominación; en suma, que podamos los latinoamericanos apropiarnos de las tecnologías y domesticarlas, en vez de resultar nosotros, los seres humanos, propiedad doméstica e instrumentos de ellas y de los intereses comerciales. De ahí que esta contribución no insista sobre los indiscutibles beneficios que la informatización puede acarrear, y que serán expuestos con mucho mayor sapiencia a lo largo de estos tres días, sino sobre el contexto en que se produce la digitalización de América Latina.

Años atrás, la computadora era considerada, por los científicos sociales, como un instrumento de dominación de personas y pueblos. Su origen militar, rasgo común a todas las innovaciones técnicas en el sector de la información y las comunicaciones, y su uso temprano por las fuerzas militares y policiales de los regímenes represivos de América Latina, parecían razones suficientes para una visión sospechosa y satanizadora. Hoy, felizmente, han finalizado los tiempos y las modas de satanización de las innovaciones técnicas. Ojalá, sin embargo, que dicha finalización no deje lugar para un encandilamiento ingenuo, que como toda aproximación carente de crítica, contendría el riesgo de la irresponsabilidad.

Se trata, entonces, de superar las visiones maniqueas. La informatización no se reduce a nueva conspiración del imperialismo, pero tampoco constituye panacea para los problemas sociales de la región. Así, la tesis que subyace a estas líneas puede formularse en términos de la primera de las leyes formuladas por Krasenberg: “la tecnología no es buena ni mala, ni tampoco neutral”¹. Sus efectos sociales dependen de los marcos económicos, culturales, políticos y sociales en los cuales se produce su incorporación: una expresión paradójica,

¹ KRANSBERG, M., “The information age: evolution or revolution”, en Bruce R. Guile (ed.), Information Technologies and Social Transformation, National Academy of Engineering, Washington D.C., 1985, p. 50



ésta de Krasenberg, que ha sido tomada como emblema por Manuel Castells, en su último libro ², que es una verdadera enciclopedia del cambio de siglo y de milenio.

El consumo cultural en la sociedad de la información

Homo prensilis, homo habilis, homo faber, homo sapiens, homo ludens. homo economicus, homo comunicans: numerosos son los latinajos que se han utilizado para definir al ser humano, o alguna de sus épocas y modos de vivir. He escogido dos denominaciones que han circulado en América Latina, y en el mundo, en los últimos años, porque me parece que ambas apuntan a dimensiones cruciales de nuestra realidad al final de esta década, de este siglo y de este milenio: *Homo digitalis* y *homos videns*.

Como todos sabemos, la expresión *homo digitalis* está asociada, entre otros, al nombre de Nicholas Negroponte, Director del Laboratorio de Medios del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). Su libro, Being Digital³, fue publicado en Estados Unidos en 1995 y traducido en el mismo año al español, idioma en el que experimentó la misma cantidad voluminosa de sucesivas ediciones que su original inglés. Este libro de Negroponte, junto con el de Bill Gates, han sido, sin duda, dos *best-sellers* del último lustro en América Latina.

El hombre digital es el hombre de nuestra época, que se desenvuelve en un medio tecnológico básicamente digital, conformando la cuarta etapa de una serie histórica en la que lo han precedido el hombre cazador y recolector, el hombre agricultor y el hombre industrial, para seguir el esquema de la evolución caro a Daniel Bell⁴ y tantos otros.

El *homo videns*, por su parte, corresponde al hombre cuyo *modus vivendi* consiste en ver. Es el hombre de la televisión. El término ha sido acuñado por quien es hoy en día quizás el más conocido especialista mundial en el análisis de los sistemas políticos y en las democracias contemporáneas: el italiano Giovanni Sartori, profesor de las universidades de Florencia y de Columbia. Su libro, titulado precisamente Homo videns, la sociedad teledirigida⁵, apareció en italiano en 1997 y fue traducido al español al año siguiente. En algo más de un año, no sólo se han multiplicado las ediciones sino que se lo oye citar cada vez con más frecuencia en los más variados ambientes latinoamericanos, no sólo en los ambientes académicos.

Negroponte ha adoptado el estilo de un ameno periodista, mientras que Sartori sigue siendo un fino y sesudo académico. El primero es un optimista convicto y confeso, mientras que el segundo expresa un pesimismo que comparte con muchas eminencias de la segunda mitad del siglo (Popper⁶, Bourdieu⁷, Habermas⁸). Negroponte es un apologista de la

² CASTELLS, Manuel, La era de la información (3 volúmenes), Alianza editorial, Madrid, 1998

³ NEGROPONTE, Nicholas, Being Digital, Alfred A. Knopf, Nueva York, 1995

⁴ BELL, Daniel, The coming of Post-Industrial Society: a Venture in Social Forecasting, Penguin, Hardmonsworth, 1976

⁵ SARTORI, Giovanni, Homo videns, la sociedad teledirigida, Taurus, Barcelona, 1997

⁶ POPPER, Karl, La lección de este siglo, Temas, Buenos Aires, 1998



informatización, mientras que Sartori es un analista de la vida política y social. Pero, sobre todo, el primero pone el énfasis en la informática y el segundo en el audiovisual.

Al juntarlos, contra su voluntad, quiero combinar dos visiones de nuestra época y de la historia. La informatización de la sociedad, quiero decir, no se produce en el vacío, sino que viene inscrita en, y acompañada de, otras transformaciones culturales que interactúan con ella. En primer lugar, la transformación producida por la emergencia de una cultura audiovisual. Esta segunda mitad del siglo XX está marcada por el desarrollo de la computadora, sí, pero simultánea y complementariamente por la expansión de la televisión. Somos así, sujetos de una cultura digital (como anuncia Negroponte) pero también de una cultura audiovisual (como subraya Sartori).

En rigor, son tres los aparatos que se han integrado entre sí para potenciar los cambios en curso: la computadora, el televisor y el teléfono. O sea, que la explosión informática se despliega en un paisaje cultural preconfigurado por los desarrollos de la comunicación social (*broadcasting*), de un lado; y de las telecomunicaciones (*narrowcasting*) del otro. Señal del grado en que todo se trastoca actualmente, es el hecho de que la *broadcasting* baja cada vez del aire a la tierra, mientras que la *narrowcasting* sube cada vez más de la tierra al aire. O sea, que cada vez se mira más televisión por cable (y no por aire) y cada vez se habla más por teléfonos celulares (vía aire) y menos por teléfonos por cable (tierra).

De todo ello tenían conciencia, ya en los años 70, los profesores de Harvard que empezaron a hablar de unas “*communications*” que habían venido a reemplazar a las “*communications*”; y los franceses Nora y Minc, que introdujeron y popularizaron el neologismo “*telematique*”. “*Communications*” anunciaba el matrimonio vuelto indisoluble entre comunicación y computación. “*Telematique*”, las simultáneas bodas entre telecomunicaciones e informática.

De hecho, los efectos culturales más importantes de la computadora son los que se producen a partir de las comunicaciones electrónicas y de Internet, es decir, a partir de la conversión de una máquina de procesamiento de **información** en una máquina de **comunicación**, inseparable del teléfono. La sociedad de la información es también la sociedad de muchas cosas más. No nos embelesemos con el árbol perdiendo de vista el bosque.

Recordemos, además, que desde Marshall Mc Luhan⁹ (un optimista como Negroponte), han sido numerosos los autores que han considerado al audiovisual, antes que a la digitalización, como el signo característico de nuestros tiempos. En esta perspectiva, el francés Régis Debray¹⁰, conocido en América Latina por otros antiguos y muy distintos motivos, ha clasificado la historia de la humanidad, parafraseando a su compatriota Auguste Comte, en tres períodos: la logosfera, la grafosfera y la videoesfera: tres estadios que para

⁷ BOURDIEU, Pierre, *Sur la télévision*, Liber Paris, 1996

⁸ HABERMAS, Jürgen, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Polity, Cambridge, 1989

⁹ MC LUHAN, Marshall, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographical Man*, Toronto, 1962

¹⁰ DEBRAY, Régis, *Cours de médiologie générale*, Gallimard, París, 1991

Mc Luhan fueron la galaxia de la aldea primitiva, la galaxia de Gutenberg y la galaxia de Marconi.

No pretendo comparar ni elegir entre ambas visiones de la historia y del presente: la que subraya al audiovisual y la que destaca la digitalización. Lo que quiero, más bien, es recordar que la PC, desde la década pasada, e Internet, desde la presente, favorecen la autonomía y el aislamiento de los individuos, sí, pero que esta tendencia a la individualización no arranca con la informatización de la sociedad. Ella forma parte de una transformación en el consumo cultural que ha sido señalada, entre otros y aquí en México, por Néstor García Cancilini y Mabel Piccini, en un lúcido libro titulado El consumo cultural en México¹¹. El hecho de que este libro registre la aludida transformación sin hablar de PCs ni de Internet, ilustra la preexistencia, en germen, de aquello que suele, demasiado a menudo, presentarse como “obra y magia” de la informatización.

Yendo más allá del consumo de cultura, podemos considerar que una de las inmensas ventajas de la informatización consiste en su capacidad para convertir, en general, los transportes en comunicaciones. Al cabo de milenios de evolución, el hombre digital se sitúa en las antípodas del nómada, cazador y recolector, porque ya no necesita trasladarse ni para consumir cultura, ni para divertirse, ni para comprar o vender, ni para trabajar. No necesita de la sala cinematográfica, pero tampoco de las tarjetas de visita, ni del mercado de abastos ni de la oficina.

Esta constatación, que puede llevar tanto al deslumbramiento como a la parálisis apocalíptica, no es un producto exclusivo o meramente técnico de la conversión de los soportes físicos (átomos) en soportes virtuales (bits y bytes). No, ella corresponde a una tendencia de largo plazo, que se remonta, mucho más atrás de la televisión, a los orígenes mismos del siglo XX.

En efecto, es el desarrollo de los medios de comunicación electrónicos lo que da origen al abandono de los espacios públicos, primeramente en beneficio del espacio doméstico. Como lo ha explicado Patrice Flichy¹², durante la segunda mitad del siglo XIX ya se dio el primer desalojo de los espacios públicos con el auge universal de la familia victoriana, cuyo símbolo fue el piano en la sala de la casa. La radiola y, ya en este siglo la radio, vinieron a fortalecer esta tendencia. En tal sentido, la televisión y la computadora lo que hacen es continuar la tendencia.

Sólo que el repliegue a la vida familiar es sucedido con un nuevo repliegue, que es el repliegue a la vida individual. Los televisores se desplazan de las salas a los dormitorios y las radios dejan de ser escuchadas en familia para convertirse en instrumentos para el consumo individual en los automóviles y en los bolsillos. Este es el terreno ya abonado en el que fecunda y se multiplica el hombre digital¹³. De esta manera, la informatización de la

¹¹ GARCIA CANCLINI, Néstor, El consumo cultural en México, CONACULTA, México D.F., 1993

¹² FLICHY, Patrice, Una historia de la comunicación moderna, Gustavo Gili, Barcelona

¹³ Una excelente presentación de la serie de inventos que corresponden a este desarrollo se encuentra

sociedad es producto de una transformación técnica, pero también, al mismo tiempo, de una tendencia de largo aliento que corresponde al desarrollo y deterioro de la modernidad.

A diferencia de lo ocurrido en Europa, en África y en la mayor parte de Asia, en América Latina esta tendencia tuvo, desde el comienzo, el signo de la sujeción a los intereses comerciales. En el desarrollo de los medios de comunicación latinoamericanos no hubo un sentido del servicio público que permitiera afirmar tareas culturales y educativas, como sí ocurrió en Europa y en los países que siguieron el modelo europeo de radiodifusión, que fueron la inmensa mayoría de los países del mundo¹⁴. Nosotros tenemos Televisa y Red Globo pero nada que puede compararse a la BBC o a cualquiera de las televisiones públicas de otras partes del mundo.

Esto contribuye a explicar que América Latina sea, hoy en día, la única región del mundo en la que las legislaciones y la administración de las telecomunicaciones tienden a marginar y excluir sistemáticamente del espectro radioeléctrico a todas las expresiones no comerciales (es decir educativas, comunitarias y de organizaciones de la sociedad civil).

Esta “atipicidad” de América Latina constituye el escenario y telón de fondo, el *background*, en el que van a desarrollarse las comunicaciones electrónicas y virtuales. En este contexto regional, la frase de Virilio es una provocación consciente: “la interactividad puede ser tan peligrosa como la radioactividad”... si se deja en manos de un mercado salvaje. Lo que busca la inclusión de la frase de Virilio como epígrafe de este texto es suscitar una pregunta crucial: ¿Pueden los innovadores en este terreno asumir pasivamente la inercia de esta historia regional o deben, más bien, utilizar las inmensas posibilidades de la tecnología, en particular la interactividad, para recuperar el uso social y democrático de las comunicaciones?¹⁵

en LUBAR, Steven, *Infoculture. The Smithsonian Book of Information Age Inventions*, Houghton Mifflin, Boston, 1993

¹⁴ Esta “atipicidad” de América Latina ha sido explicada en dos trabajos recientes del autor de esta ponencia: el primero se titula “Las industrias culturales en la videoesfera latinoamericana” y está incluido en un libro preparado por el Sistema Económico Latino Americano (SELA): GARCÍA CANCLINI, Néstor (editor), *Integración Económica e Industrias Culturales en América Latina*, Grijalbo, México D.F., 1999; el otro, que será publicado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), se llama “Broadcasting Policies, Regulation and Media Ownership in Latin America”.

¹⁵ Este simposio en Aguascalientes, por la calidad de las propuestas y experiencias que se presentarán, resulta, en este sentido crucial, y trae a las memoria otros tres eventos que han marcado hitos en la historia de la reflexión regional: el primero fue el “Seminario sobre el desarrollo de los medios y la democracia”, convocado por la UNESCO y la ONU en Santiago de Chile (2 al 6 de mayo de 1994); el segundo, fue el “Seminario sobre integración económica e industrias culturales en América Latina y el Caribe”, convocado por el Sistema Económico Latinoamericano (SELA) en Buenos Aires (30 y 31 de agosto de 1998); y el tercero, el “Regional Symposium on Emerging Sound and TV Broadcasting Technologies Shaping the Americas”, organizado por la UIT, también en Santiago de Chile (25 al 28 de agosto de 1999).

La democracia en la sociedad de la información

La reflexión anterior anuncia que la digitalización viene a reforzar un largo proceso de debilitamiento de los espacios públicos en beneficio de la individualización. Las preguntas que se derivan de esta reflexión son cruciales: ¿Es posible una democracia de individuos aislados, sin espacios públicos? ¿Es que se están generando nuevos espacios públicos democráticos?

La democracia es una construcción de la modernidad, nacida a partir de dos hitos: uno fue la reforma parlamentaria que puso fin a los autoritarismos y a los gobiernos uni-individuales (valga el neologismo); el otro, la libertad de prensa, que desamarró a los medios de las censuras eclesiásticas y gubernamentales (aún no se percibía bien la tercera censura, vuelta hoy más pesada, que es la censura comercial). Es decir que la democracia se basa en la existencia de espacios públicos, en el debate libre y racional de las cosas públicas¹⁶.

En América Latina, el ideal democrático nace con la independencia. En todos nuestros países, los precursores de la emancipación fueron a su vez los fundadores de los primeros periódicos. Bolívar llevaba siempre la imprenta junto al cañón. De modo que en el acto mismo de la emancipación quisimos incorporarnos al movimiento democrático mundial y, de hecho, algunos de nuestros sistemas republicanos y democráticos son más antiguos que los europeos (al menos que Italia, Alemania, España, Portugal, Bélgica y varios otros).

El siglo XX ha sido el siglo de la cultura y el consumo de masas, de la aparición y consolidación de las “industrias culturales” y de predominio del modelo de producción fordista. Estos elementos han constituido el escenario en el que se ha universalizado la democracia y se han desarrollado los modernos partidos de masas (que son una peculiaridad de este siglo).

La informatización de la sociedad se inscribe en el declive de tal escenario. El consumo se individualiza y el régimen de producción fordista es reemplazado por uno nuevo, que algunos autores llaman “gatesismo”. Este cambio, más aún que la tan mentada crisis de las ideologías afecta radicalmente a la vida política.

La disminución de todas las formas de relación “cara a cara” lleva a la desaparición de los mitines, de los locales partidarios y de las cédulas de acción política. En su lugar aparecen nuevas formas de socialización y expresión política. El domino de las encuestas los refenda, sustituye a lo que antes era el debate político. El político no tiene ya enfrente ciudadanos a quienes convencer sino públicos a quienes seducir. Su acción es, cada vez más, moldeada por el lenguaje publicitario.

Esta crisis universal de los sistemas de partidos es aún más aguda en América Latina, carente de medios de comunicación con sentido de servicio público. En países como

¹⁶ HABERMAS, Jürgen, op.cit.

Venezuela o Perú la crisis de los partidos ha llevado a poner en riesgo la subsistencia misma de la democracia.

Los medios de comunicación masiva han pasado a dominar la vida política y los intentos por democratizar las comunicaciones se estrellan contra el poder de los dueños de los medios, que los políticos no pueden confrontar, por el riesgo de perder “pantalla” y, por lo tanto, existencia social, como ha ocurrido recientemente en México y en Venezuela.

Conclusiones que son preguntas

1. ¿Hay lugar para una nueva política y unos nuevos partidos que no se basen ya en el predominio de las relaciones cara-a-cara sino en nuevas formas de articulación? ¿Nacerán los partidos-red que corresponden a la sociedad red? ¿Se reconciliarán los políticos y los partidos con la vida cotidiana de la gente? ¿Serán capaces los latinoamericanos que están desarrollando tantos y tan valiosos proyectos de informatización como los que se van a exponer en este simposio, de contribuir también a poner la informática al servicio de la vida democrática?
2. ¿Seremos capaces los latinoamericanos de formular políticas informáticas con signo democrático, que no repitan las marginaciones y exclusiones que hoy caracterizan de manera atípica a nuestros sistemas de comunicación,¹⁷ o vamos a informatizarnos simplemente para que las empresas vendan mejor sus productos, mientras que la democracia queda como un símbolo del pasado, y los “*Big brothers*” orwellianos se apoderan de nuestros sistemas políticos?

Estoy seguro de que este simposio servirá de manera sobresaliente para beneficiar mejor a toda la región con las ricas posibilidades de la informatización y de las nuevas comunicaciones digitales. Estoy seguro también de que el simposio servirá para situarnos mejor ante las preguntas que acabo de plantear y, por lo tanto, para construir democracias más genuinas y más sólidas.

¹⁷ Redactando esta ponencia, en México D.F., me encuentro, en la Revista Mexicana de Comunicación, # 59, un artículo de Guillermo Orozco Gómez, titulado “Comportamiento abusivo contra su público, Televisa y TV Azteca: ¿de la guerra santa a una alianza?”, que ilustra la actualidad de los problemas que aquí se mencionan.