

# ÍNDICE

Introducción.....	9
El nuevo espacio mediático digital: la polis de los medios	15
El nuevo sujeto (moral) de la comunicación.....	35
Alteridad 2.0: la digitalización del Otro .....	57
Conversación 2.0.: deliberación y democracia en el nuevo espacio mediático digital.....	89
Democracia y ciberespacio.....	117
Epílogo: Defendernos de nosotros mismos .....	143
Bibliografía seleccionada .....	147

## INTRODUCCIÓN

Advierte George Steiner que, en ciencias sociales, cualquier intento de teorizar no es más que una intuición impaciente. Y esa cautela la debemos extremar cuando asistimos como testigos a un cambio de mundo. Esa profunda transformación que constatamos es quizás la única certeza de una realidad cambiante, escurridiza, que no se deja aprehender. La cautela debe extremarse cuando se sospecha intelectualmente que todo lo que modelará a nuestras sociedades en los próximos años está ocurriendo ahora, bajo nuestros pies. Podemos intuirlo, pero no ver. Lo describía en las páginas de su última obra Frédéric Bastiat, economista francés del siglo XIX, cuando, irritado por los análisis superficiales, afirmaba que un acto engendra una serie de efectos, pero solamente el primero es inmediato, se manifiesta simultáneamente con su causa y, por lo tanto, se ve. Los otros se desarrollan posteriormente, son invisibles y, con mucha suerte, solo se pueden *prever*. Antes de abordar cualquier objeto de estudio es necesario reflexionar, ser consciente de su complejidad, saber qué podemos conocer de él, cuáles son sus límites. Es, en definitiva, un acto de honestidad intelectual. Sobre todo cuando ese objeto, como es el caso que nos ocupa, está en constante movimiento. Nuestro objeto de estudio es, en sentido amplio, el ciberespacio y la

cibercultura que genera. Y, como afirma el filósofo Pierre Lévy, el lenguaje digital que corre por las venas de la Red se encuentra en constante mutación, se halla «desprovisto de esencia estable». La única constante de la cibercultura, paradójicamente, es el cambio. Pero la dificultad no radica solo en la movilidad estructural de lo que pretendemos estudiar, sino en la perplejidad de quien lo estudia. Quien pretenda, en las actuales circunstancias, analizar y llegar a ciertas conclusiones definitivas, necesita tener en cuenta la modestia de tres brillantes miradas desconcertadas.

La primera es la de Michael de Montaigne. Observa desde su castillo la imagen desenfocada de una sociedad que intenta recomponerse tras el seísmo producido por el descubrimiento de América y la simbiosis profundamente transformadora de la imprenta y la Reforma. Si el mundo del siglo XVI ya no reposa sobre los viejos pilares cognitivos, si los conceptos aprendidos ya no pueden explicarlo, si incluso «Tolomeo se equivocó antaño sobre los fundamentos de su razón», solo queda el acto decidido de considerar que «este gran cuerpo al que llamamos mundo sea cosa muy otra de la que pensamos». Y actuó en consecuencia. Se sacudió los dogmas que aprisionaban una interpretación inamovible del mundo y se aventuró a pensar por sí mismo, a ensayar, es decir, a explorar a tientas con su razón ese nuevo mundo que emergía ante él y sus coetáneos pero que todavía no mostraba con nitidez sus formas.

La segunda mirada la proporciona Stefan Zweig. El título de su obra autobiográfica no deja lugar a dudas: *El mundo de ayer*. Es consciente de que la seguridad decimonónica de un mundo estable se acaba y que el siglo XX le obligará a dar la razón a Freud: la cultura y la civilización constituían solo una fina capa «que en cualquier momento podía ser perforada por las fuerzas destructoras del infierno». Y él vivió ese infierno, más de una vez. Como judío, como intelectual, como pacifista. Asistió a la derrota de la razón sensata, reducida a cenizas y humo negro por los totalitarismos. Y desde esa inmensa

herida observó una relación inquietante: mientras la humanidad caía al abismo moral, ascendía a la cima tecnológica. Él no lo quiso ver.

Ahora quien mira es Marc Augé, que intenta una antropología de la «sobremodernidad». Se detiene en dos rasgos que entrevé del nuevo mundo: la superabundancia de tiempo y de espacio. Y en medio de esa aceleración transformadora se encuentra cabizbajo el individuo, desorientado por la velocidad, intentando reconocer con su vieja foto de color sepia el rostro del universo digital, y entiende más bien poco. Augé lo tranquiliza: «Vivimos en un mundo que no hemos aprendido a mirar todavía».

Desde el desconcierto y la cautela intelectual, nos aventuraremos a reflexionar sobre uno de los aspectos más importantes de esta metamorfosis del mundo actual: la revolución del sistema comunicativo, que afecta a todas las esferas de la vida social. Y lo haremos con la libertad de quien no tiene afán de resolver lo tratado, sino de descubrir a tientas los dilemas éticos que tendremos que afrontar. Porque sea cual sea el mundo que emerja sobre las ruinas del que habitamos, si no queremos que sea extraño al ser humano, deberá utilizar como argamasa la moral.

El lenguaje digital ha posibilitado, por primera vez en la historia, la interconexión de todos los medios que conforman el sistema comunicativo. Surge así un *espacio mediático* capaz de agrupar el conjunto de contenidos que generan las diversas tecnologías de la comunicación y que, gracias a la digitalización, convergen e interactúan formando un único texto mediático. Internet es el nombre que recibe provisionalmente este sistema comunicativo integrado y, como afirman dos reputados historiadores como Peter Burke y Asa Briggs, «ensombrece la mayoría de los otros aspectos de la historia de los medios y dificulta la captación de su significado en perspectiva». Asistimos, pues, a una revolución del sistema comunicativo. Y comporta otro hecho asombroso: nuestro antiguo recep-

tor ha despertado de un sueño milenario y deviene emisor. Cualquier persona que disponga de una mínima tecnología puede interactuar y convertirse en productor y distribuir sus contenidos de forma instantánea y global. Y una precisión: lo que llamamos Internet es, básicamente, el ciberespacio. Pierre Lévy lo define así: «el espacio de comunicación abierto por la interconexión mundial de los ordenadores y de las memorias informáticas». El filósofo francés considera que el ciberespacio será el principal canal de comunicación y el primer soporte de memoria de la humanidad a lo largo del siglo XXI.

La tecnología impacta sobre los cimientos de nuestro mundo. Debemos estar atentos porque existe una estrecha relación entre técnica y civilización, y entre cambio comunicativo y cambio social. Un cambio tecnológico sin precedentes en el sistema comunicativo puede abrir la puerta a un cambio social. Abordemos brevemente esta cuestión desde el punto de vista de Jürgen Habermas. Sintetizaremos algunas ideas de dos de sus obras más emblemáticas. La primera es *Historia y crítica de la opinión pública*. El filósofo alemán resigue en ella el recorrido histórico del siglo XV al siglo XVIII. Se fija en la interacción entre la imprenta, la prensa, la edición de libros y la sociedad. En este sentido, el cambio tecnológico en la comunicación (la imprenta) genera un público lector y nutre la conversación, caracterizada por el intercambio de argumentos racionales. Habermas se detiene sobre todo en la aparición de espacios sociales de debate como el salón, el club de lectores, o el café. En esos espacios sociales, alimentados por el pluralismo de las diversas fuentes de información y de reflexión que proporciona la imprenta, la conversación social va derribando uno a uno los dogmas que sostenían el Antiguo Régimen. Caía un mundo y emergía otro. Esos espacios sociales alimentados por la revolución comunicacional actuarán de tubos de ensayo de una nueva sociabilidad. El concepto de *opinión pública* cristalizará en el siglo XVIII como un nuevo actor que protagonizará el nuevo sistema político de la mo-

derinidad: la democracia liberal. Mientras el monarca creía en Versalles que todo continuaba igual, los espacios sociales de deliberación socavaban el suelo bajo sus pies.

La segunda obra que nos interesa de Habermas es *Conciencia moral y acción comunicativa*. En ella despliega los elementos de su ética discursiva. De hecho, es la teorización moral de su investigación histórica sobre la opinión pública. Y podíamos resumirla en una frase: el verdadero motor del cambio social es la comunicación. No estamos afirmando que el cambio en las tecnologías de la comunicación determine la transformación social, pero sí que lo condiciona. Un último elemento para cerrar provisionalmente la delimitación y la intencionalidad del presente marco teórico es el concepto de *medio metáfora*. Nuestros medios de comunicación son las metáforas que crean el contenido de nuestra cultura. La idea es de Neil Postman. Los medios determinan no solo el contenido de una cultura, sino que orientan el pensamiento y condicionan las formas retóricas a través de las cuales una sociedad está dispuesta a reconocer la verdad.

En consonancia con esta introducción, no diremos qué cambios políticos y sociales seguirán a la profunda metamorfosis del sistema comunicativo, porque no se pueden ver. Pero sí que señalaremos algunas cuestiones que conviene prever para que el ciberespacio sea compatible con la democracia. Sin embargo, antes de enumerarlos, un matiz importante. No todo lo que ocurre en el ciberespacio es negativo y, por tanto, nos alejamos de una posición apocalíptica. En este sentido, compartimos con Pierre Lévy la idea de que, *a priori*, la cibercultura no está en contraposición a los valores que fundaron la modernidad europea. Él opina que, en contraste con la idea posmoderna del declive de las ideas de las luces, la cibercultura «puede ser considerada como una heredera legítima (aunque lejana)» del proyecto progresista de los filósofos del siglo XVIII. Porque Internet posibilita potencialmente el debate y la argumentación y puede promover una manera

de reciprocidad esencial en las relaciones humanas. Es decir, permite el intercambio de información y conocimiento, lo que los filósofos de la Ilustración consideraban «el principal motor de progreso».

Por ello debemos atender a determinadas cuestiones en el proceso de construcción de esta nueva *polis de los medios*, detectar posibles zonas de riesgo que puedan constituir una amenaza para esos valores fundamentales que posibilitaron históricamente el advenimiento de la democracia. Ese es el deber moral de la ética de la comunicación, la atalaya desde donde se observará este fascinante cambio. Sin embargo, este deslumbrante mundo digital no puede constituir una seducción acrítica. Ahora todos podemos comunicar, pero no todos somos conscientes de nuestra responsabilidad al hacerlo. Debemos releer a Zweig e intentar evitar que nuestro ascenso a la cima tecnológica implique una caída al abismo moral. Comunicar no es un divertimento porque, como nos recuerda John Dewey, la comunidad se hace en la comunicación.

## EL NUEVO ESPACIO MEDIÁTICO DIGITAL: LA POLIS DE LOS MEDIOS

Los comunicadores son arquitectos simbólicos. Y sus lenguajes multimedia están construyendo una nueva ciudad, una *polis de los medios*, quizás el único espacio público posible en un mundo global. Por ello, deben ser conscientes de que lo que hacen influirá, sin duda, en el concepto antropológico de ser humano y en el tipo de sociedad que se pueda construir. Roger Silverstone afirma que nos enfrentamos a una crisis ambiental de las comunicaciones, una crisis moral y política, que «amenaza nuestra capacidad de mantener un nivel razonable de humanidad». Hemos creado la aldea global, pero como nos recuerda Dominique Wolton, es una realidad técnica, «pero no social, ni cultural ni política». Conviene conocer qué tipo de espacio mediático tenemos para hacerlo habitable. Porque la nueva polis que emerge tiene cada vez menos que ver con las ciudades donde se ha civilizado la humanidad a golpe de copresencia. Vivimos en la actualidad en dos grandes espacios que se tocan y se superponen, y parecen confundirse: el espacio mediático, donde tiene lugar la relación con personas y hechos representados, y el «espacio de riesgo», como lo denomina Miquel Tresserras, que es el espacio de interacción con la naturaleza, la cultura y con las otras personas. La tecnología se expresa en *hardware* y *soft-*

ware y, sin buscar la mínima legitimidad democrática que lo autorice, va configurando la nueva ciudad. En definitiva, la tecnología —lo que Lessig denomina el «código»—es la ley. Reflexionemos con cautela sobre algunos aspectos de este espacio mediático digital.

### Un *no lugar*

Desde que en 1989 Tim Berners-Lee comenzó a tejer lo que él mismo bautizó como la «telaraña global» —*World Wide Web*— es cada vez mayor el número de personas que cruzan al otro lado de la pantalla para relacionarse socialmente, comprar, entretenerse, buscar información o trabajar. En noviembre de 2012, Facebook, la red social más utilizada, anunciaba que había cruzado la barrera de los 1.000 millones de usuarios activos. YouTube es la tercera página web más visitada en el mundo. Cada mes, según la propia compañía, entran en su web 800 millones de personas. Los internautas se parecen cada vez más a Cecilia, la protagonista de la película *La rosa púrpura de El Cairo*, de Woody Allen. La mujer, que a duras penas puede soportar su vida, se refugia en el cine para escapar de la Gran Depresión, del vago de su marido y de la monotonía de su trabajo. Acude una y otra vez a ver su película favorita hasta que un día su actor preferido se fija en ella y atraviesa la pantalla para conocerla. A partir de entonces, deambulará como una sonámbula sobre la delgada línea que separa la realidad de la ficción. Los habitantes de nuestras ciudades pueden traspasar hoy la frontera entre el espacio real y el espacio virtual de manera cotidiana y doméstica.

Sin embargo, la primera característica del ciberespacio se escapa de la geografía, del territorio, porque se sitúa en un «no lugar». Marc Augé considera que la antropología ha sido siempre una antropología del «aquí y ahora», pero en la actualidad se debe enfrentar al estudio y comprensión del «no lugar». Veamos cómo lo define: «Si un lugar puede definirse

como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar. La hipótesis aquí defendida es que la sobremodernidad es productora de no lugares, es decir, de espacios que no son en sí lugares antropológicos y que, contrariamente a la modernidad baudeleriana, no integran los lugares antiguos [...]».

El ciberespacio, esa madeja de cables o sin hilos, constituye un «no lugar» que sirve «a los fines de una comunicación tan extraña que a menudo no pone en contacto al individuo más que con otra imagen de sí mismo». El «no lugar» implica un corte con la tradición, con el pasado, lo que presupone un mundo prometido a la individualidad solitaria, a lo provisional y a lo efímero. Esta es la geografía desterritorializada del ciberespacio, que complica más aún la creencia de Platón y de Rousseau de que el conocimiento mutuo y personal de los ciudadanos es una condición de la construcción política. Porque existe una relación ontológica entre política y comunicación. Estamos hechos de palabras, de intercambio de palabras, como comprendió Hobbes cuando realizaba la arquitectura del Estado Moderno y afirmaba que «sin lenguaje no hubiera habido ni sociedad, ni contrato, ni paz, en mayor grado del que estas cosas pueden darse entre los leones, los osos y los lobos». Fue Aristóteles el que estableció la condición que hacía posible la Política: el «animal que tiene palabra». Pero esa condición primera necesitó siempre de un requisito técnico cuando la Política adoptó la forma democrática. Lo explica Platón. En su obra *Leyes* se interroga sobre cuál es el número idóneo de ciudadanos de una polis. Su respuesta concreta es la de 5.040, aunque lo importante no es la cifra, sino el criterio que subyace. Lo importante es que todos puedan oír la voz del orador, compartir y conocer los temas que a todos interesan. La solución política griega fue el ágora. Pericles aporta otro elemento esencial del vínculo entre política y comunicación. Lo hace en la célebre oración

fúnebre en honor de los atenienses muertos en la guerra del Peloponeso, donde se refiere por primera vez al concepto de ciudadano: el que delibera.

La Política es posible porque existe una comunidad que *se hace* en la comunicación. La comunicación que posibilita el nuevo espacio digital se presenta, de momento, hiperfragmentada en pequeñas comunidades aglutinadas en torno a una infinidad de intereses que no siempre coinciden con el interés público, con la *res pública*. Más que un ágora, el ciberespacio se parece provisionalmente a la torre de Babel. Debemos estar atentos al tipo de socialización y de sociedad política que puede construir la humanidad en este «no lugar». Sobre todo porque uno de los actores principales de la política tradicional, el Estado, ha tenido como preocupación fundamental la de organizar y delimitar el espacio para establecer el orden social mediante estructuras territoriales y constituir un único ámbito. Desde este punto de vista, el «no lugar» desquicia al Estado porque complica progresivamente la consecución de este objetivo político.

### Una sintaxis de yuxtaposición

John Dewey afirmaba que los seres humanos viven en comunidad porque tenemos cosas en común, y que la comunicación «es el modo en que llegan a poseer cosas en común». Es importante, pues, sumergirse en el ciberespacio para conocer si fomenta o no algún tipo de universalismo, ese mínimo necesario para que la comunicación forme comunidad. Y quien se pronuncia es Pierre Lévy. El único universal que compartimos es instrumental y tecnológico, porque lo que compartimos es la Red. Es un universal «indeterminado», sin centro ni líneas directrices: «Está vacío, sin contenido particular. O más bien, los acepta todos puesto que se contenta con poner en contacto un punto cualquiera con cualquier otro, sea cual sea la carga semántica de las entidades relacionadas (...)». El sistema de

sistemas es, por eso mismo, el sistema del caos, transparencia técnica versus opacidad de sentido. Un laberinto móvil, en continua extensión y sin plan posible. Seguramente, el sueño de Dédalo.

La humanidad, provisionalmente, comparte un instrumento. Podemos considerar que todos los contenidos que circulan por el espacio mediático digital conforman un único texto mediático, un «magazín interminable», como lo define Miquel Tresserras. Y su sintaxis es la yuxtaposición. A la manera de las proposiciones y los párrafos, cada contenido —sea quien sea su productor— deviene subtexto que se integra, a modo de *collage*, en un texto general, disponible a cualquier hora y cualquier día. Antes de profundizar en el tema de la yuxtaposición, veamos brevemente otras dos características de este texto mediático.

El espacio mediático sustrae a los individuos de su entorno y les «crea adicción a un espacio construido de materiales emitidos, electrónicos». Es un espacio abierto a relaciones no conflictivas, porque «el mundo representado es menos arriesgado que el mundo de las relaciones interpersonales». Quien interactúa en el ciberespacio puede simular su identidad y mentir con facilidad para construir un relato que mejora aquellos aspectos no deseados de la propia biografía. La persona se convierte en personaje y actúa en otro mundo donde puede ser anónima. El espacio mediático es también ilusorio, porque confunde realidad y apariencia. Se trata de una característica que han tenido siempre los espacios de ocio, como el teatro, el cine o la literatura de ficción, que han jugado a la confusión. Pero el espacio mediático significa «una ruptura en el campo de la representación».

El «magazín interminable» del espacio mediático digital es, sin duda, seductor. Sin embargo, su canto de sirenas no nos debe distraer de la necesidad de reflexionar sobre posibles perturbaciones epistemológicas y axiológicas que puede producir su sintaxis de yuxtaposición. Porque cómo conocemos,

cómo percibimos el mundo y cómo nos tratamos constituyen, sin duda, las vigas maestras de la construcción social.

### **Perturbaciones epistemológicas**

En 1879 Nietzsche tuvo que renunciar a su cátedra de Filología en la Universidad de Basilea. Sus problemas de salud empeoraron, casi no podía leer y temía tener que renunciar a escribir. Tres años más tarde, encargó una máquina de escribir danesa, una Writing Ball Malling-Hansen. Poco a poco se acostumbró al nuevo artilugio y fue capaz de escribir con los ojos cerrados. Sin embargo, el escritor y compositor Heinrich Köselitz, uno de los mejores amigos del filósofo, notó un cambio en su estilo, más estricto, más telegráfico. Köselitz le dijo en una carta que era posible que la nueva máquina «alumbre un nuevo idioma». Y Nietzsche le respondió: «Tenéis razón. Nuestros útiles de escritura participan en la formación de nuestros pensamientos».

Lewis Mumford estaría de acuerdo con Nietzsche. En los años treinta del siglo pasado reflexionó sobre la repercusión de la tecnología, y concluyó que la base material y las formas culturales de la civilización occidental han sido profundamente modificadas por el desarrollo de la máquina, porque detrás de los grandes inventos hay «un cambio de mentalidad». Hemos hablado en la introducción de Neil Postman. Él recogió el testigo de este punto de vista, recuperando a su vez el pensamiento de Marshall McLuhan. Su punto de partida es que cada cultura es una conversación que se lleva a cabo a través de diversos modelos simbólicos. Y cada medio de comunicación la recrea y la renueva, posibilita una forma única de discurso, «ya que proporciona una nueva orientación para el pensamiento, para la expresión y para la sensibilidad». Era lo que McLuhan pensaba cuando dijo que el medio es el mensaje. Cada medio, en definitiva, es una filosofía retórica y, por tanto, afecta a la epistemología. Nuestros medios son

nuestras metáforas, «y estas crean el contenido de nuestra cultura». *El medio metáfora* condiciona, pues, los contenidos de una cultura y las formas retóricas a través de las cuales una sociedad reconoce el concepto de verdad. Postman analiza el cambio del discurso político de la era de la imprenta a la era de la televisión, y constata una transformación: de coherente, serio y racional, ha pasado a ser absurdo.

Bajo el reinado de la imprenta como *medio metáfora*, tras la expansión de la inteligencia tipográfica, Europa asistió a la Reforma luterana, a la Ilustración y al advenimiento de la democracia liberal. Usando la terminología de Postman, nos encontramos en la actualidad ante un cambio radical de *medio metáfora* —Internet, el ciberespacio—, que se inició con la televisión y la hegemonía de la imagen, y conviene analizar sus posibles repercusiones epistemológicas. Briggs y Burke se hacen eco de algunas voces intelectuales que muestran su preocupación por «el surgimiento de una cultura de alegación y de aserción a expensas de una cultura más antigua de la verificación». Giovanni Sartori afirma que la democracia no requiere de sabios, ni de un público cultivado, sino de un *demos* suficientemente informado. La información, para ser suficiente, debe informar acerca de algo, debe tener un contenido, «y este debe estar sujeto a un monitoreo, a un tamiz que se pueda calificar en términos de veracidad, falsedad, credibilidad, precisión, etcétera, y a la vez evaluar lo que se dijo. El ruido es irrelevante para la democracia». Y el teórico de la democracia considera, irónicamente, que el simple ruido «deviene información si está viajando por Internet». Sartori mantiene la posición más extrema en cuanto a las repercusiones epistemológicas producidas por una tecnología, en este caso la televisión. Porque considera que el *homo sapiens* de la cultura escrita se está transformando en un *homo videns*, producto de la imagen, que anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender.