

# Cibersociedad y democracia

**En** este número se analiza el impacto del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la sociedad y en especial en la vida política. Internet está modificando nuestra forma de relacionarnos unos con otros, tanto en las redes sociales como en los hábitos personales y de consumo. Todo cuanto hacemos en la vida cotidiana está afectado de un modo u otro por Internet. Son muchas las gestiones diarias que no solamente pueden, sino que deben hacerse en la Red. En algunos casos ya no hay otra forma de hacerlas.

Tanto las grandes corporaciones que prestan sus servicios como las pequeñas empresas y la propia Administración han visto en la Red la posibilidad de mejorar y agilizar su atención al ciudadano.

Nuestras sociedades están experimentando una profunda transformación que permite hablar en multitud de ámbitos de un antes y un después. En la política es evidente esta influencia. Incluso se habla de ciberpolítica como una dimensión cualitativamente distinta de la política tradicional.

Pero aunque cambian los modos, las formas, la esencia de la política permanece. Por eso se habla de ciberpolítica, porque si la dimensión ciber cambiara la política deberíamos hablar de otra cosa. La utilización de unos u otros medios y conceptos condiciona y modela la forma en la que se manifiestan los conflictos concretos, individuales y colectivos. E incluso llegan a configurarse nuevas identidades, comunidades y formas de interpretar el mundo, obligándonos a los ciudadanos del siglo XXI a mantener una actitud receptiva para adaptarnos a los nuevos entornos emergentes.

Si el impacto de la Red ha transformado notablemente los modos y usos de la política, lo ha hecho en mayor grado en lo que concierne al sistema mediático. Internet implica el fin del papel tradicional que los medios de comunicación ejercían como intermediadores. También están desapareciendo del paisaje urbano



desde las agencias de viajes tradicionales a las tiendas de discos, al tiempo que las viviendas se alquilan y compran crecientemente en la Red, las entradas para espectáculos en cualquier lugar del mundo están accesibles desde nuestra casa y cada vez más productos y servicios se adquieren o contratan directamente en la Red a través de una conexión *persona a persona*.

Como consecuencia de estos cambios, la antaño todopoderosa prensa está sufriendo una crisis que pone en cuestión su propia supervivencia. Nadie duda de que este papel de intermediación lo ocupan ya otros, pero en otro universo: el de Internet, en el que las formas, condiciones y actores son distintos y operan de manera diferente.

El funcionamiento de la democracia representativa y los propios partidos políticos también se han visto afectados por este cambio de modelo. Los partidos políticos, que han sido históricamente los principales mediadores entre el poder y los ciudadanos, se encuentran profundamente afectados por esta nueva situación.

Aunque ya está superada la creencia según la cual Internet iba a dar paso a una época de democratización radical de la sociedad, podemos reconocer, sin falsos entusiasmos ni optimismos injustificados, el cambio cualitativo que representa la irrupción de las nuevas tecnologías. Y por ello es preciso destacar las potencialida-

des que ofrecen estas nuevas herramientas en muchos ámbitos y en especial para lograr mejorar la información y potenciar la participación cívica y política. Consecuentemente, las redes sociales y los *Big Data* deben integrarse actualmente en una adecuada estrategia de la izquierda para competir con el monopolio mediático de la derecha conservadora imperante. Sin embargo la clase política, en su conjunto, aún no ha aprovechado suficientemente estas potencialidades. En el caso de la derecha es obvio: ya tiene a su alcance otros canales de poder e influencia que hasta hoy se han mostrado efectivos. Pero la izquierda, por pereza o desconocimiento, aún no los ha incorporado suficientemente y de una manera eficaz a su práctica política.

Hoy en día prácticamente todas las organizaciones políticas están en Internet. Generalmente lo utilizan para lanzar mensajes a sus audiencias de acuerdo a lo que se ha llamado modelo *broadcast*, es decir, como un espacio más para canalizar contenidos o para la promoción de sus propuestas. En cambio, no lo utilizan

*Las nuevas tecnologías brindan a los ciudadanos conectados a la Red una mayor capacidad para organizarse y difundir sus propuestas y visiones, sin necesidad de otros intermediarios políticos o comunicacionales. Por ello, muchos ciudadanos han dejado de ser meros receptores para convertirse en emisores activos, en un contexto de nuevas realidades y potencialidades políticas.*

para lo que es verdaderamente un valor añadido: para escuchar e interactuar con sus seguidores o posibles simpatizantes. Y, por lo tanto, se desaprovechan, buena parte de las potencialidades de estos nuevos ámbitos comunicativos.

Las nuevas tecnologías brindan al ciudadano conectado una capacidad autónoma –que ya no es un privilegio exclusivo de las grandes organizaciones– para organizarse, difundir y amplificar sus propuestas. El ciudadano de hoy ha dejado de ser un mero receptor para convertirse también en emisor. Se comunica e interactúa con quien quiere, y se siente agente activo para opinar y para contar su realidad, en definitiva su verdad, sin necesidad de intermediarios. Esta nueva situación ofrece un potencial enorme a los ciudadanos para influir en la

política formal. Además, el actual clima de desconfianza en los políticos y la percepción de su incapacidad para solucionar los problemas reales que tienen los ciudadanos ha estimulado –aun más– a muchas personas a utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación para vigilar, presionar e influir en la acción política. Lo que abre grandes posibilidades organizativas y de comunicación, como ha quedado demostrado en diversas movilizaciones sociales recientes.

Si los actuales partidos políticos no son capaces de transformarse y utilizar los nuevos enfoques y medios, corren el riesgo –como les ha ocurrido a algunas organizaciones y medios, en otros tipos de actividad– de debilitarse, diluirse o desaparecer y ser sustituidos por otras entidades con una u otra denominación.

No obstante, el acceso a estas nuevas tecnologías se produce de una manera desigual. En lo generacional, los datos demuestran que bastantes personas de más edad están quedando excluidas del uso de tales herramientas. La edad media de los usuarios de Facebook, por ejemplo, es de 40,5 años, en Twitter de 37,3 años y en LinkedIn, a pesar de ser la más alta, se queda en 44,2 años. Tampoco hay que olvidar las grandes diferencias de posibilidades existentes entre los países ricos y pobres, convirtiéndose este terreno en un nuevo factor de desigualdad. Por lo tanto, aunque actualmente podemos valorar como muy positivas las potencialidades emancipadoras de Internet, no debemos olvidar sus límites, incluso su lado oscuro y los riesgos de intromisión en la privacidad (espionaje sistemático).

En cualquier caso, Internet ha redefinido las propuestas, los cauces, las posibilidades y el carácter de la participación ciudadana. Ha abierto caminos prometedores para la mejora de la calidad de la comunicación y la participación. En este sentido, las aportaciones y posibilidades para el desarrollo de una democracia más participativa configuran un escenario tangible, aun con sus dudas y problemas, conectados con los riesgos y peligros que acechan a los ciudadanos en su libertad, bajo la cuasi permanente vigilancia y control de quienes detentan en última instancia la propiedad y control de estos nuevos instrumentos tecnológicos. Por lo tanto, algunos grandes poderes y grupos tecnológicos, tan reacios a cualquier regulación, deben someterse a ella para que se puedan garantizar los derechos fundamentales de los ciudadanos. **TEMAS**