

**SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN  
Y CIUDADANÍA**

**Victoria Camps**

**Ficha técnica**

*Sociedad de la Información y Ciudadanía*

© Victoria Camps, 2003

Comunicação apresentada no XVII Encontro de Filosofia, *Cultura & Cidadania*

Edição Apf - Associação de Professores de Filosofia

Texto na língua materna da autora.

## SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y CIUDADANÍA

Victoria Camps

(Universidad Autónoma de Barcelona)

### Características de la sociedad de la información

Hemos convenido en llamar a la sociedad actual “sociedad de la información” debido al extraordinario desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación: teléfono, radio, televisión, internet. Característica de tal sociedad –ha dicho el teórico internacionalmente conocido Manuel Castells<sup>1</sup> - es que “el instrumento fundamental no es el mercado sino la red”. Los sistemas de la época industrial han sido sustituidos por otros que determinan una nueva organización de la sociedad, ya no sólo a nivel nacional sino mundial. La sociedad en red afecta a todos los ámbitos de la vida humana: la comunicación, la enseñanza, el trabajo, las formas de ocio, las relaciones interpersonales.

No voy a detenerme aquí en detallar todos estos cambios que implican maneras nuevas y diferentes de enseñar y aprender, de establecer relaciones laborales, de divertirse y de relacionarse con los demás. Todos sabemos en qué consisten esos cambios puesto que los hemos vivido y seguimos viviéndolos cada día, al ritmo de las innovaciones tecnológicas. Sí quiero precisar que no se trata sólo de una serie de cambios instrumentales: nuevas maneras o nuevos instrumentos de comunicarnos. Se trata también de cambios cualitativos, de nuevos estilos de vida, nuevas formas de acceder al conocimiento, reestructuración de nuestras escalas de valores. Por ello conviene que nos preguntemos: ¿significan tales cambios una vida de mayor calidad? ¿Vivimos mejor, somos más sabios, nos cuesta menos relacionarnos los unos con los otros, estamos menos solos?

---

<sup>1</sup> Manuel Castells, *La galaxia internet*, Areté, Barcelona, 2001.

Para no dispersarme en exceso, voy a concretar la pregunta en dos cuestiones básicas para la ética: a) Somos más libres y autónomos; b) ¿Tenemos más facilidades para la vida en común? Dicho de otro modo: ¿la sociedad de la información coadyuva a la construcción de sociedades más democráticas y más humanas?

### **Características de la ciudadanía**

Llamamos ciudadanos a las personas libres e iguales que cooperan socialmente. La libertad y la voluntad de cooperar son los dos rasgos que deben definir a la ciudadanía. Dos rasgos que van más allá de la definición ya canónica de “ciudadanía” que debemos al sociólogo Alfred Marshall, para quien el ciudadano era básicamente el sujeto de los derechos civiles, políticos y sociales<sup>2</sup>. La definición de Marshall significó un avance en su momento, en especial por la alusión a los derechos sociales, recientemente reconocidos y poco aceptados de hecho por los estados de derecho. Es una caracterización del ciudadano, sin embargo, que hoy se nos queda corta e insuficiente. El ciudadano no es sólo *sujeto de derechos*, sino también de *obligaciones*. No sólo hay que garantizarle la libertad, con todos los condicionamientos que el derecho a la libertad supone, sino que el individuo, en la medida en que se considera ciudadano de una democracia, tiene la obligación de cooperar con la sociedad. De lo contrario, es difícil que la democracia funcione y prospere. Especialmente obligado ha de sentirse el ciudadano que vive en un estado de bienestar, esto es, en un estado de derecho que ha positivizado los derechos sociales.

Conviene insistir en la idea de ciudadano como sujeto de deberes, ya que uno de los déficits de las democracias actuales es, precisamente, la escasa participación ciudadana, la falta de compromiso del ciudadano con su ciudad o con la sociedad en su conjunto. Lejos está aquella “libertad de los antiguos”, teorizada por benjamín Constant, entendida como libertad para participar en la vida pública. Hoy la libertad es pura independencia para construir una satisfactoria vida privada. Votar periódicamente y pagar los impuestos son las únicas obligaciones que el ciudadano reconoce, y aún sin demasiado entusiasmo. La abstención en las

---

<sup>2</sup> T.H. Marshall, *Citizenship and Social Class*, Pluto Press, 1992.

urnas aumenta en cada contienda electoral, y pocos pagarían impuestos si la administración de hacienda no estuviera vigilándonos. El sentimiento de ciudadanía es casi inexistente a tales propósitos. No lo es, en cambio, cuando se trata de reivindicar derechos: todo el mundo sabe que los tiene y duda poco en moverse para reclamarlos cuando le son negados.

Es cierto que dos fenómenos recientes permiten ver con algo más de optimismo el panorama del compromiso ciudadano. La crisis del *Prestige*, en las costas gallegas, constituyó un ejemplo de la torpeza de un estado poco ágil, ineficaz y prepotente, mientras la sociedad civil se mostraba capaz de reaccionar con dedicación y con voluntad de atacar el problema. Miles de jóvenes de toda España viajaron a las playas de Galicia para recoger chapapote y evitar que la catástrofe fuera mucho mayor. El segundo ejemplo está vivo en la mente todos. Me refiero a la oposición a la invasión de Irak por tropas angloamericanas, con el aplauso y el apoyo de varios estados europeos, entre los cuales se encuentra lamentablemente el de España. El “no a la guerra” ha movilizado a millones de personas de todas las edades e ideologías, de una forma espontánea y sostenida. Podríamos poner como tercer ejemplo el movimiento antiglobalización que, a su vez, expresa el rechazo de la sociedad civil a la organización de un mundo que acrecienta las desigualdades, no lucha contra la pobreza y sólo favorece a los que ya se encuentran favorecidos.

Algo ha contribuido la facilidad de las comunicaciones en la sociedad de la información para que todos estos movimientos sean posibles y multitudinarios. El ciudadano necesita información para poder participar y cooperar. Necesita, además, voluntad de hacerlo. Pero también esa voluntad puede estar mediada – o manipulada – por la información mediática. No podemos, pues, dejar de analizar el sentido de la sociedad de la información y ver qué podemos esperar de ella en cuanto a la producción de conocimiento y el acceso de los individuos al mismo. Las democracias se sustentan en eso que ha venido en llamarse “opinión pública”. O se despliegan en la también llamada “esfera pública”. Averiguar cómo se forma la opinión, y si la denominada “esfera pública” existe, es un tema de investigación desde la época de los sofistas, pero más acuciante en las sociedades que cuentan con medios de comunicación de masas. Una investigación que necesariamente revierte en nuestra pregunta: ¿propician los medios de comunicación de masas la construcción de la ciudadanía?

## La democracia convertida en mediocracia

En su conocido libro sobre *La acción comunicativa*, el filósofo Jürgen Habermas denunciaba la colonización que sufre nuestro “mundo de la vida”, una colonización debida básicamente al sistema económico y al sistema político-administrativo. Es urgente, decía el filósofo, rechazar esa invasión y preservar a la vida humana de la contaminación de los sistemas que interfieren en ella. Pues bien, deberíamos añadir otro sistema al de los colonizadores de nuestras vidas: el de los medios de comunicación. La sociedad de la información y quienes vivimos en ella nos encontramos irremediabilmente sometidos a la *lógica de los medios*. ¿En qué consiste esa lógica?

La lógica de los medios se materializa, a mi juicio, en una serie de *tiranías* que imponen a los medios de comunicación unas formas de hacer y de proceder específicas. Dar nombre a tales tiranías y conocerlas es el primer paso para conjurarlas y sortear sus efectos. Voy a referirme aquí concretamente a dos de esas tiranías que los medios imponen a los contenidos que vehiculan: la tiranía de la velocidad y la tiranía del espectáculo.

### a) *La tiranía de la velocidad.*

La velocidad es la esencia del mundo moderno. La industrialización marcó el paso hacia una sociedad que vive de prisa y que no puede permitirse perder el tiempo. *Time is money*, sentenció Benjamín Franklin, una máxima que se convirtió en seguida en el motor del capitalismo. Convertir el tiempo en dinero ha sido el primer precepto de la economía de mercado. Todo hay que hacerlo de prisa: pensar de prisa, innovar de prisa, comunicar de prisa. El ideal de la vida plácida y apartada de los negocios –el *beatus ille* horaciano- es un vestigio de unos tiempos que no hemos conocido ni podemos ya imaginar.

Por supuesto, la velocidad fue una conquista que empezó con la máquina de vapor, que permitía superar la velocidad del caballo. Todos los artilugios de comunicación inventados desde entonces, empezando por el ferrocarril y acabando, por ahora, con la industria aeronáutica, han modificado el sentido del tiempo y también del espacio. Lo que constituye una sorprendente manifestación del poder del ser humano sobre la naturaleza. Charles Dickens describió el

ferrocarril como “el poder que se forjó a sí mismo sobre sus vías de hierro”, “desafiando viejos senderos y caminos, perforando el corazón de todos los obstáculos”. La pintura de J.W. Turner lo dejó magistralmente expresado en *Lluvia, vapor y velocidad*.

No sólo ha sido posible desplazarse cada vez más rápidamente. También la información nos llega a velocidades inusitadas. Tanto, que la velocidad de la información va unida a otra forma de sometimiento: el del *presentismo*, Queremos conocer la noticia en tiempo real –“está pasando, lo estás viendo”-, hasta el punto de que lo que no ocurre en el mismo presente, deja de ser noticia. Tan habituado está el telespectador o el radioyente a vivir el presente que no puede evitar el *zapping*, para no perderse nada que merezca la pena registrar. Lo importante es ver las cosas cuando ocurren, en la realidad o en la tele, pues viene a ser lo mismo, y olvidarse de todas ellas cuando han dejado de ocurrir o se apaga el televisor.

El *media time* es hegemónico sobre otros tiempos, lo que afecta a la forma de vivir y afecta, en especial, a la forma de hacer política. Quizá sea cierto, sin embargo, que el político se somete a la escasez de tiempo impuesta por los medios porque, en definitiva, le conviene. El tiempo escaso impide el debate y la reflexión, convierte a la información en sucinta, fragmentada e insuficiente, las decisiones no pueden madurar. Al propósito ha escrito Ignacio Ramonet: “Mientras que (como quisieron los fundadores de la democracia) se debe aceptar que el tiempo político transcurra con la debida lentitud para permitir aplacar las pasiones e imponerse la razón, el tiempo mediático experimenta la necesidad de alcanzar el límite extremo de la velocidad: la instantaneidad”<sup>3</sup>.

Dicen algunos que la democracia, pendiente como está de los medios de comunicación, se ha convertido en *mediacracia*. Son los medios los que marcan no ya la agenda de la política, sino el formato que debe tener. Y en lugar de ser “medios”, de mediar entre, en este caso, la actividad política y el ciudadano que tiene derecho a conocerla, ellos mismos se encuentran mediatizados por la velocidad que les marca el paso que deben llevar. Si la democracia se reduce a *mediacracia*, ¿qué consecuencias tiene para los ciudadanos? ¿Sirve la *mediacracia* para construir ciudadanía? ¿Da la información que el ciudadano necesita para decidir con más libertad? ¿Contribuye a que se forme la voluntad de cooperar con el bien común?

---

<sup>3</sup> Ignacio Ramonet, *La golosina visual*, Debate, Madrid, 2000, pág. 33.

b) *La tiranía del espectáculo.*

Teatralidad, escenificación, espectáculo, cualquier término sirve para nombrar la importancia de la imagen en la comunicación más extendida que es la de los medios audiovisuales. La importancia de la imagen unida a la necesidad de entretener, característica igualmente implícita al medio audiovisual<sup>4</sup>. Ambas características redundan en la inevitabilidad del espectáculo. Los medios audiovisuales buscan el efecto en los sentidos externos – la vista, el oído -, no en el sentido interno, que es la conciencia. La velocidad de la que hablábamos sólo tolera mensajes rápidos, esto es, superficiales. La urgencia de competir y de captar más audiencias que ningún otro medio contribuye a recorrer al recurso del espectáculo para llamar la atención.

La política se ve afectada igualmente por el anhelo de espectáculo. En realidad, es política para el espectáculo, *politics for show*, como bien explica Thomas Meyer<sup>5</sup>: “El estadio electrónico genera una política estetizada basada en los hábitos comunicativos propios del mundo de la vida. Moldea la capacidad de juicio de los ciudadanos explotando estratégicamente sus percepciones, y no le importa que esas imágenes se sustenten o no en la acción política”. Es decir, que un simulacro de acción política es lo que polariza las energías y la inteligencia.

Giovanni Sartori<sup>6</sup> ha explicado maravillosamente el empobrecimiento de las capacidades cognitivas del *homo sapiens*, reducido a ubicarse en una realidad virtual, en la que sólo es real lo que aparece en la pantalla del televisor o del ordenador. En dicha realidad, las impresiones visuales, y en especial las imágenes, reemplazan a la información. La imagen está muy bien, sin duda, pero no sirve para todo: sirve para lo que sirve, no sustituye al discurso ni al argumento. Por ello, en un mundo de imágenes, acaba habiendo poco espacio para los conceptos y para el razonamiento. El reduccionismo siempre redundante en empobrecimiento.

No sólo la teatralidad reduce nuestro mundo cotidiano, y el mundo de la política, a unos rasgos parciales y exagerados. También el periodista es prisionero de la imagen, a la que debe

---

<sup>4</sup> Aunque fue la BBC, en 1924, la que estipuló que a la radio debía exigírsele información, educación y entretenimiento, y la tríada de exigencias se trasladó luego a la televisión, pronto fue el entretenimiento el objetivo que polarizó, en especial, el papel de la televisión. Así lo entendió y lo defendió Neil Postman en su archiconocido *Amusing ourselves to death*, Penguin, Nueva York, 1985.

<sup>5</sup> Thomas Meyer, *Media Democracy. How the Media Colonize Politics*, Polity Press, Cambridge, 2002, págs. 65-66.

<sup>6</sup> Giovanni Sartori, *Homo videns*, Taurus, Madrid, 1998.



hacer “hablar” como sea, lo cual es imposible sin echar mano de ideas preconcebidas, clichés, estereotipos. Una noticia sin imágenes no puede ser televisada. Si no hay imagen para ella, hay que inventarla. Y la importancia de la imagen absorbe cualquier otro contenido. Tal vez, al principio, la televisión intentaba comprender los fenómenos y dar cuenta de ellos. Hoy sólo nos ofrece síntesis rápidas, brindándonos los aspectos más violentos y morbosos de cada hecho. La imagen sustituye al debate político. Tan cierta es la preponderancia de la imagen, que el primer servicio que necesita un cargo político que se precie es el que le brinda un asesor de imagen.

Decía que la imagen y el entretenimiento son los dos ingredientes de la escenificación y la teatralidad que tiranizan a la información. Puesto que los tiempos son cortos y la competencia es grande, lo prioritario es captar la atención, lo cual no se consigue con la sola voluntad de informar bien, sino con una información entretenida. Para informar bien está la prensa, que puede desarrollar más por extenso los contenidos informativos. Y aún así, tampoco los periódicos pueden eludir la tentación de hacer espectáculo de la información en los titulares, que son lo que atraen al lector. Pero el lector tiene más paciencia que el radioyente o el telespectador. A éste hay que seducirle por la vía del entretenimiento, con lo cual, todo acaba infantilizándose: se exageran las quejas, se reducen las cuestiones a la dinámica del “ganar o perder”, se utiliza el lenguaje más chabacano y menos elegante, que es el que llama la atención del público, las noticias negativas serán las buenas noticias.

En suma, la infantilización tiene un efecto anestésico. El público no acaba de creer lo que ve. Se vuelve cínico o escéptico, descreído. La reciente guerra de Iraq ha tenido una cobertura informativa mucho mejor que la anterior guerra del Golfo. Esta vez, la información ha sido más plural y diversa, hemos podido oír a los dos bandos. Pero ¿no quedan innumerables cabos sueltos? La información diaria nos daba falshes de la guerra. Faltaba, en cualquier caso, la narración de los hechos que sólo es posible desde la distancia. Pero lo más grave es que esos cabos sueltos, esa información que nos falta, es ya irre recuperable pues la guerra ha acabado y hay que hablar de otra cosa, de la reconstrucción de Iraq.

La consecuencia de todo ello es la falta de confianza. La confianza es una virtud seguramente esencial para el buen funcionamiento de las democracias, pero ausente en todas ellas. Desconfiamos de los partidos políticos, de los programas electorales, de las instituciones, de la administración, y ahora, desconfiamos de los medios de comunicación y la información que son capaces de darnos sometidos como están a las tiranías descritas. ¿Cómo, entonces, hacer

juicios razonados si no podemos confiar en la información? ¿Cómo revitalizar la política si quienes deberían mediar entre ella y los ciudadanos hacen otra cosa? ¿Cómo formar una masa crítica si la masa sólo se nutre de la televisión?

### **El ciudadano contra la mediocridad.**

El gran observador de la democracia que fue Tocqueville nos advirtió de que el peligro de la igualdad democrática era que trajera consigo la *mediocridad o tiranía de la mayoría*. Temía que el hombre medio, el *average man*, acabara marcando el tono y el contenido de la política. Cuando Tocqueville escribió *La democracia en América* no había medios de comunicación de masas, pero ya se presagiaba esa sociedad de masas que, poco después, todos los filósofos e intelectuales denostaron al unísono, entre otras cosas, por el miedo de que no permitiera el cultivo de las individualidades en las que, por otra parte, se asentaba ese gran valor moderno que es la libertad.

Hoy la sociedad de masas es un fenómeno irreversible, como lo son los medios de comunicación de masas. Pero lo que es posible evitar es la reducción de la democracia a mediocracia, que debe ser entendida como una democracia dominada por una nueva élite a la que le conviene que la cultura y el pensamiento sean sólo *fast culture* y *fast thinking*. Dicha élite no quiere la información como tal, sino quiere verla convertida en propaganda. Sabe que a la masa se la manipula fácilmente con símbolos, que es la única forma rápida de convencer de aquello que es difícil de aceptar. Así se “manufactura el consenso”, como notó el estudioso de la propaganda política Walter Lippmann. Al político le interesa la acción, no que ésta se entienda – escribió –, pues muchas acciones fracasarían si todos las entendieran<sup>7</sup>.

Aunque la ciudadanía hoy constituye una parte minúscula de la vida de la persona, aunque ya no podemos definir al ser humano como “animal político”, como hizo Aristóteles, ni pensar con Rousseau que el fin de la democracia es convertir al hombre en ciudadano, aunque así sea, conviene que la ciudadanía consista en algo más que el derecho al voto y la obligación

---

<sup>7</sup> Cf. W. Lippmann, *Public Opinion*, 1922.

de tributar al estado. Mejor dicho, conviene que el derecho al voto lo sea con todos los requerimientos imprescindibles para que el ciudadano vote con conocimiento de causa. Para ello, el ciudadano ha de empeñarse en conseguir una información que sea fuente de conocimiento, conjurando para ello, como decíamos, las tiranías y la lógica que constriñen a la información mediática y la rebajan a una información mediocre. La mediocracia es una democracia mediocre.

Para luchar contra la mediocridad se impone, a mi juicio, recuperar la idea de que el ser humano es, sobre todo, *logos*: razón y lenguaje. Lo característico de los humanos es la inteligencia, el pensamiento, el saber ver a través de las cosas y no quedarse sólo con las apariencias. Pensar – decía Nietzsche – es “rumiar”, no dar por digerida ninguna idea ni ninguna información sin volver sobre ella varias veces, analizar las cosas a fondo, no quedarse en la superficialidad del *fast thinking*. El propio Nietzsche, hace un siglo, expresaba el rechazo hacia un mundo que corre demasiado y rehuye la reflexión:

“Nos da vergüenza estar sin hacer nada; la reflexión prolongada produce mala conciencia. Pensamos con el reloj en la mano, y no podemos sentarnos a comer sin leer las últimas noticias sobre el mercado financiero; vivimos como si fuéramos a ‘perdernos algo’... La virtud se ha convertido en hacer las cosas en menos tiempo que los demás”<sup>8</sup>.

En la sociedad de la información hay materialmente más facilidades para que la democracia se desarrolle y el ciudadano la sienta más próxima y más suya. Algunos teóricos de la democracia confían incluso en que las nuevas tecnologías brinden formas de participación más adecuadas a nuestro tiempo y que ello redunde en beneficio de la vida pública. Personalmente, me cuesta creer que los problemas de la democracia puedan resolverse acudiendo a la técnica. Más bien tiendo a pensar que los beneficios de la sociedad de la información deberían aprovecharse para desarrollar eso que Kant llamó “el uso público de la razón”. Para lo cual no basta tener “medios” de comunicación. Es preciso que esos medios los puedan utilizar espíritus cultivados.

---

<sup>8</sup> F. Nietzsche, *la Gaya Ciencia*, Alianza, Madrid.