

Los estragos de la ideología técnica

*Dominique Wolton**

Las nuevas técnicas ilustran de modo ejemplar el lugar central que ha tomado la información y la comunicación en la sociedad occidental, ya que, a partir de nuevos servicios en la informática, las telecomunicaciones y la televisión, se ha llegado a predecir nada menos que el nacimiento de una nueva sociedad. En veinte años escasos se ha impuesto este tema de la sociedad de la información con un éxito considerable, legitimado por la perspectiva, las industrias de la comunicación, los tecnócratas, un cierto discurso de ingenieros, y los media. Está tan afincado en nuestros hábitos, que parece anticuado oponerse.

Es necesario subrayar aquí la especificidad, cuando no la originalidad, de la ideología técnica. Desde luego ésta, como toda ideología, es «un conjunto de ideas, de creencias, de doctrinas inherentes a una época, una sociedad o una clase» (Diccionario Petit Robert), pero su configuración está relativamente marcada por el contexto histórico.

No se trata de una ideología de la ciencia, en el sentido en que existía en el siglo XIX a través de libros, periódicos, publicaciones, y que se basaba en la idea de los conocimientos y del progreso, porque hoy la ciencia como valor está en crisis. Seguramente sigue siendo el último valor de una sociedad laica, pero la manipulación de la materia -con la energía atómica- y la de la vida -la biología- le han hecho perder el aura que la envolvió durante cerca de dos siglos.

Se trata de una ideología más modesta por dos razones. La primera está ligada al hecho de que versa sobre las técnicas. Incluso sus avances tienen algo de excepcional, y no son del mismo nivel teórico que los saberes. Directamente ligadas al individuo y a la sociedad, no transforman ni la naturaleza ni la materia. Si bien fascinan a los hombres, porque multiplican por diez su capacidad de tratamiento de las informaciones, no tienen el mismo prestigio que las ciencias y las técnicas que han modificado la relación con el cosmos. En la medida en que se ha ligado la ideología científica de finales del XIX y

* En: Wolton, Dominique. "Sobre la comunicación. Una reflexión sobre sus luces y sombras". Madrid: Acento Editorial, 1999. Quinta parte: Introducción.

comienzos del XX a una noción del progreso de los conocimientos, del saber, la de las técnicas de comunicación se sitúa en posición más modesta en relación con la capacidad de mejorar las relaciones individuales y sociales. La segunda razón de carácter aparentemente más discreto de esta ideología es que surge de los escombros de las grandes ideologías políticas que pretendían transformar el mundo. El fracaso vuelve modesto, y la ideología técnica no tiene a priori el mismo nivel de ambición histórica que las grandes ideologías religiosas, políticas o científicas. Ciertamente se comprueba que la ideología técnica tiene un impacto social considerable, justamente porque es modesta e instrumental. Pretende, en efecto, como toda ideología, transformar el mundo, pero a partir de realidades comprensibles por todos. Dicho de otro modo, su modestia aparente es una garantía de su éxito, ligado a su dimensión instrumental. Se desconfía de la ciencia y se desconfía menos de una técnica, sobre todo si ésta corresponde a la comunicación. Puesto que hay siempre comunicación en la sociedad, y las promesas técnicas permiten una comunicación en todas direcciones, la salida soñada es naturalmente la emergencia de una sociedad de la comunicación. Un ejemplo: Internet. Esta red que hoy fascina e ilustra sin duda mejor que cualquier otra cosa los peligros y las esperanzas, significa en realidad, por el sufijo «net» (en inglés) la red; y «Web» (también en inglés), la «tela de araña». Lo que simboliza el advenimiento de la libertad individual designa en realidad una redcilla y una tela de araña. Es decir, eso de lo que todo el mundo, intuitivamente, quiere librarse. Y quien dice tela de araña o redcilla dice algo que lo arroja y lo recoge. ¿Quién recoge? ¿y qué recoge? ¿A quién beneficia? Sorprendente...

¿Hasta dónde las técnicas de la comunicación son realmente el sector clave de la economía de mañana y trazan el modelo de una nueva sociedad? Lo que llamo, con otros, la ideología técnica, consiste justamente en establecer un lazo directo entre los tres, y la reflexión crítica apunta hacia mostrar las contradicciones, pero sobre todo las discontinuidades entre esas tres lógicas. Las técnicas de comunicación no dan nacimiento a una nueva sociedad porque afectan al funcionamiento de nuestras economías. Lo propio de la ideología es establecer continuidades y correspondencias entre fenómenos de naturaleza diferente. La dificultad de una reflexión teórica radica en el hecho de que en los años 50, con los primeros ordenadores nació un discurso que no ha cesado de amplificarse luego, según el cual no se trataba sólo de gestión cada vez más rápida del flujo de información, sino también del nacimiento de una nueva sociedad. Ninguna otra técnica, desde el siglo XIX, salvo el «hada electricidad», ha dado nacimiento a tal discurso sintético, uniendo con tanta naturalidad el mundo de los artefactos, el de los intereses y el de los valores. En esto es en lo que la ideología técnica, a pesar de su apariencia modesta, es temible, porque combina las tres dimensiones de toda ideología: por los fantasmas existentes sobre la sociedad de

información, encauza un proyecto político; por su dimensión naturalmente antropológica, constituye un sistema de creencias; por sus retos económicos, es una ideología de acción.

*

¿Cuales son los posibles cerrojos al desarrollo de la ideología técnica? El mercado y el público. El mercado porque, a pesar de las previsiones, es el que finalmente efectuará la prueba de la verdad. El público porque, a caballo entre la economía y la sociedad, expresa a través de su comportamiento lo que espera de esas técnicas. Si los actores técnicos y económicos tienen un interés evidente en la desreglamentación, corresponde a la capacidad de los actores políticos preservar una reglamentación independiente de los intereses estrictos de las industrias de la comunicación que medirá realmente su distancia respecto a la «revolución» de la información en la sociedad.

Si el discurso ideológico parte de las capacidades técnicas para ascender a la economía y acabar en un modelo de sociedad, el discurso del buen sentido recordará la autonomía de cada uno de esos niveles, y subrayará hasta qué punto es el orden político, a través de la reglamentación, el que ha de organizar las relaciones entre técnicas, economía y sociedad. La fuerza de la ideología técnica se comprueba en su incapacidad para entender un argumento adverso, la prontitud con que descalifica el argumento opuesto, y su facilidad para tratar de retrógrados, conservadores, pusilánimes y hostiles al «progreso» a todos cuantos se oponen. Lo vemos en el escaso interés respecto a los trabajos de los investigadores, especialistas en ese terreno, que en su gran mayoría ponen en duda esta utopía de la sociedad de la información. Se prefiere a ellos, de modo casi ostentatorio, a algunos actores que sostienen la ideología de la revolución de la comunicación. Si el poder de un discurso ideológico, como ayer fue el caso, por ejemplo, con el marxismo, se mide por su capacidad de descalificar las objeciones, entonces lo que rodea las técnicas de comunicación se parece realmente a una ideología.

Tres efectos nefastos son el resultado de esta ideología. El primero, la confusión entre estas tres palabras cercanas, pero de sentido tan diferente: mundial, global, universal. ¿Cuál es la diferencia? Las técnicas de comunicación se han vuelto hoy mundiales; la economía capitalista se globaliza, y Occidente defiende valores universales. La ideología técnica establece un sentido entre los tres: las técnicas de la comunicación, al mundializarse, son un instrumento necesario a la globalización de la economía, y los dos, al ensanchar las fronteras, se convierten en el brazo armado del universalismo occidental. De ahí a creer que los tres son sinónimos no hay más que un paso, que no debe franquearse.

No se refieren a las mismas realidades ni a los mismos valores, sino que el reto de la ideología técnica es exactamente establecer una correspondencia entre los tres. Si la mundialización de las técnicas fascina, la globalización de las economías inquieta, mientras que la idea de universalidad seduce. Para despejar las dudas el mejor medio es dotar a la mundialización de las técnicas y a la globalización de las economías de la dimensión normativa que rodea la referencia a lo universal. El universalismo sirve de garantía a un desarrollo de las técnicas de comunicación a escala mundial y a una globalización constante de la economía capitalista. Pero estas dos realidades técnica y económica tienen muy poca relación con el sistema de pensamiento del universalismo, del que hemos visto en la parte sobre la democracia y la información que está además en discusión por parte de los países del Sur, que ven ahí más bien la marca del imperialismo. Para el Sur, e incluso para algunos países del Norte, la mundialización de las técnicas de comunicación y su inserción en una economía mundial no tienen nada que ver con un cierto ideal de universalismo planteado por la civilización occidental y pensado además para una época, el siglo XVIII, que no conocía ni la totalidad del mundo y sus mercados, ni las técnicas de comunicación y la conquista del tiempo. El riesgo está, pues, en que el valor universal, ligado al sistema occidental, y ya en parte puesto en entredicho en el plano mundial, sirve de garantía a lógicas técnicas y económicas alejadas de toda referencia normativa. Cuanto más se desunen esas tres palabras, más se evita la unidimensionalización de la realidad, premisa de todos los conformismos. Si referencias exteriores a la lógica del mercado y de las técnicas ya no llegan a imponerse, ¿a qué asistiremos? A la incorporación de referencias universales en un estricto lenguaje técnico y económico. No, las tres palabras no tienen el mismo sentido, y la mundialización de las técnicas, como la globalización de la economía, no son la instrumentalización de los valores del pensamiento universalista.

El segundo efecto nefasto de la ideología técnica consiste en creer que las técnicas de comunicación son sinónimo de libertad. Esto fue verdad en el pasado, y ya no lo es hoy. Las dictaduras aprenden a jugar con los media occidentales, a volver contra ellos sus discursos, a utilizar las mismas técnicas en provecho propio. Ya no hay vínculo directo entre técnicas de comunicación y valores occidentales. En otras palabras, las parabólicas de los satélites no son el primer paso hacia la democracia, y los fundamentalistas de todas clases, como vemos, aprenden a servirse de ellas y a volverlas contra Occidente. La técnica no basta para definir el uso: esto es un giro copernicano en la historia de las técnicas de comunicación. Porque, con escasas excepciones, la historia de la prensa escrita, y luego la de la radio y de la televisión, han sido más bien factores de libertad. En una palabra, puede haber simultáneamente muchos ordenadores, muchas parabólicas, y regímenes autoritarios.

El tercer efecto nefasto de la ideología técnica consiste en poner en el mismo plano la oferta y la demanda. Por el momento, la oferta va muy por delante de la demanda, lo que después de todo es bastante frecuente en la historia técnica, y que explica aún más que las necesidades de la comunicación dependan ante todo de la satisfacción de las necesidades fundamentales. Pero en lugar de admitir esta incertidumbre, la ideología técnica, por el contrario, hace como si las necesidades fueran naturalmente a desarrollarse.

La demanda en materia de comunicación depende sin embargo del medio ambiente social y cultural, y nada dice que no encontrará la oferta de servicio. La historia quizá haga aparecer otras necesidades, reclamando otros medios distintos a los ofrecidos por las técnicas de comunicación. Nada, pues, garantiza a priori que la nueva demanda de comunicación vaya a encontrarse satisfecha con la oferta de técnica y de servicios actuales. Es un ejemplo típico de huida hacia adelante tecnológica: ya que existe una crisis de la comunicación entre los individuos, los medios sociales, las generaciones, se postula que la oferta cada vez más perfeccionada de las técnicas aportará los elementos de respuesta. Nos encontramos siempre con la misma idea característica de la ideología técnica: confundir avance técnico y avances humanos y sociales.

*

Para evaluar el impacto de las nuevas técnicas de comunicación y tratar de comprender lo que ellas cambiarán y no cambiarán, hay que volver a los dos principios siguientes. Primero: reconocer que toda comunicación es una relación de fuerza. Al ser el horizonte de toda comunicación la relación Con el otro, nada le garantiza que tendrá éxito. Y esto desde siempre, tanto a nivel individual como colectivo. Ahora bien, la mayoría de los discursos sobre las nuevas técnicas de comunicación niegan esta realidad de la relación de fuerza, haciendo incluso de la comunicación el campo por excelencia que la evitará... Segundo: a partir del momento en que toda comunicación es una relación de fuerza, ¿qué se gana y qué se pierde con cada nueva forma de comunicación? Las técnicas, principalmente de comunicación, permiten en general economizar esfuerzo. Pero si bien ofrecen un servicio superior, siempre es a un coste, no sólo financiero, sino igualmente antropológico, puesto que toda técnica, sobre todo de comunicación, consiste en reemplazar una actividad humana directa por una actividad mediatizada por una herramienta o un servicio. Y se suprime entonces una experiencia humana, cuyo contenido no se recupera siempre en las técnicas. Hoy, ninguna de las promesas técnicas hace referencia a lo que se pierde en esta comunicación mediatizada por las nuevas técnicas. Decir que consiguen mejorar la comunicación humana se queda un poco corto... Discernir lo que se pierde como

contrapartida a lo que se gana por cada nuevo servicio de comunicación es, pues, esencial para evitar ulteriores decepciones. Los retos económicos ligados a las nuevas técnicas de comunicación son tan considerables a escala mundial que parece poco probable que alguien pague por los otros...

Comunicar con otro tiene siempre un precio. Y el precio nos traslada cada vez más a estrategias financieras y comerciales mundiales, muy alejadas de los ideales de libertad y fraternidad que florecen por otra parte en los discursos sobre la «sociedad de la información». En realidad, en la relación entre comunicación y sociedad se está siempre en el filo de la navaja: entre lo que permanece de acuerdo a un cierto ideal de la democracia y de la liberación del hombre, por un lado, y por el otro lo que depende a partir de ahora de lógicas de poder y de intereses.