

Nuevas tecnologías, comunicación política y parlamentarismo ¿Hacia una democracia electrónica?

Pedro Gómez Fernández
Fac. CC. Información
Universidad San Pablo-CEU de Madrid/
Univ. Complutense de Madrid

INTRODUCCIÓN

En el marco de la relación entre los poderes políticos y los ciudadanos empieza a adquirir relevancia, en el interés académico, el uso y la incidencia en la comunicación política de los últimos avances de lo que genéricamente se denomina nuevas tecnologías de la comunicación y la información, un concepto que acoge tanto los usos novedosos de medios de comunicación ya veteranos en la práctica de la política, tal es el caso de la televisión, como las prestaciones informáticas más actuales y los avances en las telecomunicaciones más recientes¹. Nuevas tecnologías que enmarcan lo que llamamos la democracia mediática.

Estas tecnologías ponen al servicio de la comunicación política en general herramientas tan variadas como el correo para recaudar fondos, la distribución de vídeos, con segmentación previa del electorado, la teleconferencia, los efectos especiales en la producción televisiva para generación de vídeos, la televisión internacional para llegar a los electores residentes fuera de las fronteras nacionales... En el caso de las aplicaciones informáticas, la práctica política se ve asistida tanto en la gestión de la actividad política general como en la planificación de campañas electorales: ayudan a la gestión general de la organización, son un instrumento de comunicación con los electores, un valiosísimo apoyo en la realización de sondeos y un instrumento de planificación, al permitir la elaboración de simulaciones para establecer la estrategia de las campañas electorales. En lo que respecta a las redes computarizadas, su uso se centra, al menos, en tres casos con naturaleza política: permiten gestionar la documentación oficial con mayor eficacia administrativa, permiten al ciudadano, en su relación con las administraciones, el acceso directo a lo que ya se conoce como ventanillas electrónicas y los sistemas interactivos han sido utilizados en período de campaña electoral para instaurar un tipo particular de debate.

Es evidente que la presencia de nuevas técnicas de comunicación lleva aparejados, con carácter general, cambios económicos, sociales, culturales y políticos. Y la comu-

nicación política es una de las actividades más condicionadas, incluso cabe afirmar que es una consecuencia de esas tecnologías. La práctica del principio de publicidad, inherente a los sistemas democráticos, ha evolucionando lógicamente a medida que las tecnologías al servicio de la comunicación lo han permitido. La evidencia de una cierta consustancialidad de la tecnología y la actividad de la comunicación política es en muchos casos abrumadora. Y la historia no ha dejado de ofrecernos la ilustración ejemplar de esa relación². Las charlas al pie del hogar de Roosevelt crean un modelo de democracia directa. McLuhan no hace sino abundar en una opinión mantenida por muchos otros al afirmar que el que "un Hitler haya podido existir políticamente es sólo una consecuencia directa de la radio y de los sistemas de sonorización"³. La Segunda Guerra Mundial tiene su vertiente psicológica cubierta en gran parte por la radio, y esa contienda desarrolló la radiodifusión sonora internacional hasta hacer de ella un protagonista principal del enfrentamiento político de la guerra fría.

Los políticos, de mejor o peor grado, tuvieron que asumir, a partir de los años sesenta, la nueva situación mediática que impuso la televisión⁴, que ha cambiado la sociedad y cualquier actividad política. Términos como "mediapolítica", "show político", "star system", que puso en boga Schwartzberg, nos introducen en el mundo de la teledemocracia⁵. En consecuencia, sin suscribir ningún determinismo tecnológico, podríamos establecer esta premisa mayor: cualquier organización con sentido político, lo que implica sentido comunicativo, se ve impelida tarde o temprano a asumir funcionalmente la aparición de cualquier tecnología al servicio de la comunicación. A partir de esta evidencia cabe, no obstante, analizar la naturaleza de esa funcionalidad. Cabe inquirir sobre las ineludibles mistificaciones que este tipo de incorporaciones presenta. Cabe preguntarse, por ejemplo, si facilitan las nuevas tecnologías realmente una mayor participación de los ciudadanos en los procesos políticos, que es, en esencia, la finalidad siempre expresada de los sistemas democráticos. O se incrementa, por el contrario, la capacidad de control de las corporaciones sin corregir los desequilibrios que amenazan esos sistemas. Es guiados por este planteamiento como nos asomamos a las últimas prestaciones que las tecnologías de la comunicación aportan a la institucionalización de la representación política, al Parlamento. Y vamos a hacerlo centrándonos en tres de los aspectos que en este momento nos parecen más decisivos:

1. Las redes de comunicación computarizadas al servicio de la participación ciudadana.
2. La informática al servicio de la transparencia de la acción política.
3. La televisión al servicio de la publicidad parlamentaria.

Las redes de comunicación computarizadas nos llevan a hablar, sobre todo, de la presencia de Internet. La existencia de las bases de datos informatizadas puede incidir en el ámbito de la información parlamentaria aportando mayor transparencia a la acción de los legisladores. La presencia en la televisión de la actividad parlamentaria, con la incorporación de la televisión digital, incrementa el carácter visivo de nuestros sistemas democráticos.

LAS REDES COMPUTARIZADAS EN EL DEBATE POLÍTICO.

Internet es una de las últimas incorporaciones a esa panoplia de nuevas tecnologías que hemos citado. Su actualidad, la importancia de su temprana pero decisiva presencia en la comunicación política, las expectativas que ha suscitado y las dudas sobre su naturaleza requieren una especial atención, que vamos a permitirnos antes de referirnos a su presencia en la actividad parlamentaria. El aumento rápido de su "audiencia", la incorporación de temas políticos en los "foros", su utilidad en la participación ciudadana, el uso electoral, la incidencia en los marcos legales que intentan regular la publicación de encuestas preelectorales, su ubicación en el campo mediático general o las llamadas de atención sobre el excesivo optimismo que su presencia ha provocado en algunos ambientes académicos son aspectos que merecen, al menos, ser citados.

La peculiaridad de Internet reside en las diferencias respecto a otros medios hasta ahora conocidos, que cabe concretar al menos en estos seis aspectos importantes:

1. Puede transmitir un volumen mucho mayor de información a un único punto de acceso desde una más amplia batería de fuentes.
2. Puede transmitir la información a mucha más velocidad.
3. Permite un mayor control de la información recibida por parte del usuario. Los consumidores pueden cotejar e imprimir sus propias fuentes de noticias.
4. Permite a los distribuidores un mayor alcance cualitativo de audiencias. El mayor volumen de tráfico de los medios permite ganar en precisión a la hora de elegir el destinatario, en lugar de la emisión amplia e indiscriminada.
5. Permite la descentralización del control de la información. El número de fuentes de información ha crecido y los costes para establecerse uno mismo como fuente o vendedor de información han disminuido.
6. Introduce interactividad en la tecnología de los medios, permitiendo a los ciudadanos debatir con los políticos u otros grupos de ciudadanos desde distancias considerables o dialogar por escrito vía ordenador.

Son estos los aspectos que dan una importancia especial a la creciente presencia política de Internet. En 1996, 21 millones de norteamericanos habían obtenido alguna noticia política a través de la Red, de los cuales un 4% de la población en edad de votar la usaron para obtener noticias sobre la campaña presidencial de ese año. En la campaña del 2000 ese porcentaje es ya del 18%. Y mientras en 1966 el 31% de los visitantes de Internet declaraba haberse dejado influenciar, a la hora de votar, por las noticias allí conocidas, en el 2000 los que se habían sentido influenciados por el medio ascendía al 43%. La Red y su papel mediático y político, ya sea como un medio o como un espacio -se discute su adecuada conceptualización-, se ha impuesto como tema mayor en los foros comprometidos con el análisis de la comunicación.

En la reunión de la Asociación Internacional de Comunicación (ICA), en Jerusalén, en julio de 1998, un tanto por ciento muy apreciable de los trabajos presentados, sin parangón posible con anteriores ocasiones, hacía referencia a Internet. La preconferencia versó sobre "Celebridad en el Internet: estrellas en el Ciberespacio" y más de cuarenta comunicaciones han estado relacionadas con el asunto. Menos de dos meses más tarde la reunión anual de la Asociación Americana de Ciencia Política dedicaba al menos un 10% de las comunicaciones a Internet. Y aunque las publicaciones especializadas suelen ocuparse principalmente de noticias técnicas, empresariales, comerciales o administrativas, es habitual encontrar abundantes referencias a asuntos estrictamente políticos. La conexión política-Internet tiene ya una historia, reflejada en la prensa diaria, que en los últimos años se ha hecho eco de casos notables.

El caso Lewinsky y su entorno llevó la audiencia de Internet a cotas nunca antes alcanzadas. La publicidad del informe del fiscal Starr sobre el caso, decidida por los congresistas (12.9.98), provocó 340.000 consultas de la página de Internet de la CNN y la Red demostró su capacidad para atender las necesidades de información en un momento muy especial. Según el Pew Research Center, 20 millones de estadounidenses accedieron a ese informe. No obstante, ese mismo organismo informaba que, a pesar de su resonancia mediática, el asunto no ha interesado a más del 29% de los norteamericanos, y no figura entre las cien noticias más seguidas en la última década. En el enfrentamiento entre palestinos e israelíes la Red está presente desde hace años⁷. En la reciente Intifada, en el enfrentamiento entre israelíes y palestinos que se inició tras el verano del 2000, el control de Internet ha sido una preocupación especial de los dos bandos. Los israelíes, con la colaboración del FBI norteamericano, han realizado acciones de destrucción de las páginas de Internet de los palestinos. Estos, a su vez, han respondido igual, aunque en los dos casos la eficacia de esas acciones no ha ido más allá de la anulación del veinte o el treinta por ciento de las páginas, con ventaja incluso para el bando palestino. Internet ha servido a la guerrilla colombiana para realizar entrevistas con corresponsales de televisión. Y ya en 1994 los partidarios del subcomandante Marcos, en Chiapas, hicieron un uso abundante del correo electrónico para dar a conocer a través del mundo sus posiciones.

Cualquier acción de presión política, por escasos que sean sus medios, dispone ya de la posibilidad de abrir una página en la Red en apoyo de sus reivindicaciones. Desde la protesta local contra una acción del gobierno municipal hasta la multinacional convocatoria contra la denostada globalización están presente en el espacio Internet. El uso de las redes para conectar movimientos transnacionales, como los que han actuado en Seattle, Sydney, Praga o Genova, frente a los organismos representativos de la economía mundial, es una noticia de nuestros días. Es una nueva etapa en el proceso político relacionada con esta nueva tecnología, que ha llevado ya, en octubre de 2000, a la celebración, en Barcelona, del Primer Congreso mundial sobre redes ciudadanas, o a la aparición de foros y asociaciones que actúan frente a los gobiernos e instancias municipales para promocionar la interactividad, denunciando la creación de lo que se conoce como "páginas vitrinas"⁸. Es un nuevo campo de activismo político, cuya andadura, desde la perspectiva de la comunicación política, habrá que atender desde los ámbitos académicos con el interés que se merece.

La 'ciberpolítica' ha conseguido crear foros de debate que se han mantenido durante años en activo. La experiencia zapatista está en la Red desde hace siete, siguen en ella en marzo de 2001, ocupando una posición "de liderazgo", gracias, en parte, a apoyos muy diversos, algunos especialmente importantes y novedosos. Nos enteramos así que la Universidad de Nueva York, que ya ayudó a los zapatistas en 1998 a invadir la página del gobierno mexicano, ha dotado a los indígenas, durante su marcha hacia la capital federal mejicana con Internet y cámaras de grabación, manteniendo "programas para que los indígenas difundan al mundo su lucha, por medio de vídeos que divulgan en la red la guerra de baja intensidad del Ejército mexicano"⁹. Y una retrospectiva de los años inmediatos nos ofrece casos como el de la muerte de la princesa Diana de Gales, que constituyó un caso pionero¹⁰, el conflicto de Irlanda del Norte¹¹, la crisis rusa, que ha estado presente, por lo menos, en ocho direcciones, los problemas de Indonesia, en mayo de 1998, afrontando "la herencia de sangre y corrupción de Suharto"¹², o, en España, hace ya más de tres años, la tregua de ETA¹³. En la actualidad, temas como el cambio climático, que ha llegado a registrar cifras millonarias de comunicaciones, en lo que algún periódico no ha dudado en describir como "una ingente red de páginas"¹⁴, o las protestas frente a los organismos internacionales responsables de la economía aparecen como foros de discusión política especialmente activos.

INTERNET Y ELECCIONES

Centrándonos en la estricta actividad política, parece evidente que en estos momentos prácticamente todos los partidos políticos están abocados a hacer uso de la nueva herramienta y el empleo de Internet por los candidatos a las elecciones es ya prácticamente ineludible. En las últimas elecciones alemanas el canciller Kohl, un político hecho en épocas en las que Internet era aún un desconocido, probó fortuna sometiéndose a lo que podríamos llamar la prueba de la interactividad. Lionel Jospin abrió página en Internet en las últimas elecciones presidenciales francesas. Y aunque las elecciones alemanas de septiembre de 1998 se presentaron, en este sentido, como novedosas¹⁵, el foco de inspiración ya existía desde 1994, en los EE.UU.. En las elecciones de noviembre de ese año, las llamadas de 'medio término', los políticos californianos usaron la Red para responder a preguntas de los votantes y proporcionar frases de campaña¹⁶, y la aspirante demócrata, además, estableció kioscos de ordenadores multimedia para permitir el acceso a los votantes que no tenían ordenador en su casa¹⁷. En las presidenciales norteamericanas de 1996 esa presencia fue notable. En las páginas de las candidaturas se pudieron consultar discursos, realizar contribuciones económicas, hacerse voluntario de la campaña o grabar imágenes y pegatinas en el ordenador. En las últimas primarias del estado de Arizona se simultaneó la participación al estilo tradicional con la participación a través de Internet. La página Net Vote 96 fue usada por más de 43.000 personas para inscribirse en el censo de votantes. Y eso sólo fue la punta del iceberg de lo que han sido las del 2000. De 1996 data también la promoción de un Al Gore con "cultura digital", como un dato más de modernidad.

De 1996 es el caso, pionero en Europa, del uso de Internet en la participación política ciudadana, a partir de su presencia en la práctica referendaria suiza¹⁸. Las autoridades de Ginebra iniciaron un proceso de referéndum para resolver un problema de tráfico, con tres posibilidades: construir un puente, construir un túnel o dejar las cosas como estaban. Las 'web' de los partidarios de cada una de las opciones presentaron virtualmente al resultado de cada una de ellas y sus respectivos costes, con posibilidad de emitir la opinión sobre las mismas. Ganaron los que preferían no meterse en obras.

Experiencias menos ligadas al hecho electoral, aunque siempre provocadas por circunstancias especiales, han llevado ante los internautas incluso a políticos como Yeltsin, en 1999, o más recientemente, a Putin, aunque en este caso aparece ya una modalidad que puede tener futuro, pues, a través de la intermediación periodística, elude los inconvenientes de una comunicación directa difícil de controlar: las 15.000 preguntas llegadas a través de la Red fueron filtradas, resumidas en unas docenas, por tres profesionales de la información, uno de la BBC y dos de sendos periódicos digitales rusos¹⁹.

La capacidad de modificación del espacio legal y político de la Red puede entenderse también a la luz del caso de la difusión de encuestas electorales. No son pocos los que piensan que Internet se ha cargado prácticamente la Ley de encuestas electorales francesa de 1977, inspiradora de la mayor parte de las legislaciones sobre encuestas que existen en el mundo. En junio de 1997 aparecieron en la Red encuestas sobre expectativas de voto en las elecciones legislativas francesas realizadas por periódicos suizos. Y la prensa inició una rebelión contra la prohibición de publicar sondeos en los días previos a la consulta electoral: algunos rotativos franceses publicaron los datos suizos alegando que sólo se hacía público lo que ya era público y para "acabar con una ley imbécil"²⁰. Le Monde consideraba inaplicable una norma superada por la electrónica, y la tachaba de 'hipocresía'. Cualquiera con acceso a Internet o a Minitel podía echar un vistazo a decenas de sondeos. Y señalaba algunos absurdos: "Los cronistas bursátiles, por ejemplo, informaban sobre una caída de los valores franceses 'a causa de las indicaciones de los últimos sondeos', pero se veían forzados a callar qué decían esos sondeos". A los electores se les ocultaba una información que los políticos, banqueros, empresarios y periodistas barajaban con profusión. Internet, según los detractores de la Ley, venía así a establecer una cierta igualdad.

Relacionado con las predicciones electorales, en las últimas elecciones alemanas se ha conocido también la creación de una bolsa de valores políticos, que pretendía detectar la opinión sobre quién va a ganar unas elecciones a través de las cotizaciones que marcan las apuestas sobre los candidatos. La experiencia, que arrojó resultados bastante aproximados, sigue asimismo un modelo americano, capaz, según sus promotores, de jugar un papel predictivo equivalente al de las encuestas preelectorales. Pero ya se había usado Internet para realizar sondeos electorales, aunque su naturaleza no permite superar el modelo, pasado por la electrónica, de los conocidos como 'votos de paja', con más de siglo y medio de existencia y a los que se les considera sujetos a una serie notable de defectos que invalidan su fiabilidad²¹.

¿UN CAMINO DE VUELTA?

La triunfalista presencia de Internet en los ámbitos referidos presenta, no obstante, suficientes sombras como para permitir un amplio lugar a la cautela. La necesidad sentida por los políticos de presentar una imagen moderna, a lo que nos hemos referido más arriba, implica frecuentemente afrontar la interactividad y sus consecuencias. Consecuencias que casos como el referido del Canciller Kohl, por ejemplo, ayudan a valorar²². ¿Por qué se sometió Kohl al experimento, sin duda incómodo para un hombre formado en otras épocas? ¿Lo hubiese hecho igualmente si no hubiese tenido necesidad de hacer frente a datos adversos en las encuestas? ¿Necesitaba someterse a esa prueba de modernidad, aconsejado por los estrategas de su campaña, para contrarrestar la acusación de 'obsolescencia' que le hacían reiteradamente sus adversarios políticos? Como en el caso de los debates televisivos, ¿se responde a una necesidad de la táctica de la contienda política más que a la búsqueda real de la comunicación con el electorado?

Son preguntas, entre otras, que marcan el eje del análisis de esas intervenciones, en el que empiezan a aparecer algunas respuestas, que apuntan precisamente a la huída de esa interactividad: Estudios electorales en EE.UU., entre 1996 y 1998, ponen de manifiesto que, cada vez con más evidencia, la interactividad de Red ha dejado de interesar a los políticos. Éstos usan los websites como un espacio "para detallar sus posiciones políticas, presentar su historial personal o proclamar sus éxitos políticos pasados". Es decir, como un instrumento de promoción. "No usan Internet para hacer debates o iniciar deliberaciones con los ciudadanos. Hacer eso abriría la posibilidad de gravosos intercambios entre candidatos, miembros del equipo de campaña y ciudadanos, que podrían ocasionar pérdidas de control sobre el entorno de comunicación y perder la habilidad para permanecer ambiguos en sus posiciones políticas"²³. Es decir, se van abandonando las utilidades más legitimadoras, pero a la vez más arriesgadas, para aprovechar las ventajas que ofrece la tecnología en tanto que instrumento de marketing político. Una herramienta más al servicio de la publicidad política. Y las voces que cuestionan los aportes democratizadores de las nuevas tecnologías empiezan a encontrar cada vez una mayor resonancia²⁴.

Entre tanto, empieza a cuestionarse el aparente éxito de la extensión y desarrollo de Internet. Contra el optimismo que el auge rápido del uso de Internet ha provocado en ciertos ámbitos, un reciente número de Telecommunications Policy llamaba la atención sobre un hecho que para algunos ha sido evidente desde que se empezó a hablar del ciberespacio: Internet no sólo levanta entusiasmo, también provoca rechazos, y éstos no han sido suficientemente tenidos en cuenta por los analistas, sin duda debido a intereses volcados sólo en poner de relieve las ventajas de la nueva tecnología. Encuestas de 1995 y 1996 mostraban que el número de los que abandonaban el uso de Internet en los EE.UU casi igualaba al de los que lo seguían usando. Se puede estar asistiendo ya lo que se conoce como un ciclo de saturación. Y a la postre es poco discutible que, como ponen de relieve los estudios realizados por algunos de operadores de telefonía, la British Telekom entre otros, sobre usuarios, no usuarios y la transmisión de un estatus a otro, las conductas ante la nueva situación depen-

den de la interacción compleja de múltiples variables sociales: Estilos y maneras de vida y factores psicológicos en relación con la demografía, la situación socioeconómica, la naturaleza de las relaciones sociales y las actitudes hacia las nuevas tecnologías en general, personalidades y datos relacionados con la identidad, la moda y el simbolismo. Es decir, que la incorporación al uso o no de la nueva tecnología depende de una red compleja de factores que están lejos de ser uniformes y fácilmente predecibles.

LA RED ¿MEDIO DE COMUNICACIÓN DE MASAS O ESPACIO MEDIÁTICO?

A la vista de estas experiencias se abren paso dos cuestiones principales:

1. ¿Se ha convertido o convertirá Internet en un 'mass media'?
2. ¿Cuál puede ser su papel en lo que se conoce como la "democracia virtual"²⁵.

Internet se ha incorporado a los estudios para medir audiencias y valorar la presencia de los diversos asuntos en la Red. El Estudio General de Medios español ha realizado ya su primera encuesta, publicada en 2000, sobre su uso. El Pew Research Center, que lleva a cabo, cada dos años, una encuesta para investigar las actitudes hacia los medios de comunicación, hace tiempo que incluye el uso de Internet²⁶. Y sus encuestas han puesto de relieve un dato significativo: el uso de Internet no supone el abandono de otras fuentes de información tradicionales. No existe, al parecer, por el momento, un usuario característico de la información en Internet, "los internautas" siguen siendo asiduos de la información que se recibe por los canales que también alimentan la información de los no usuarios de Internet²⁷.

Es difícil no aceptar, a la vista de estos datos, que la Red puede convertirse en un medio de comunicación más. En la opinión, sin duda poco imparcial, del director de la Sociedad Internet, es "un hito en la evolución de la comunicación humana de mayor significación que la aparición de la prensa"²⁸. Aunque no todos los analistas se muestran igualmente seguros de que a la categorización de medio de comunicación pueda añadirse aún, plenamente, el determinativo "de masas". Comparando la televisión con Internet se ha llegado a afirmar que, en estos momentos, el primero es un medio de masas, pero no necesariamente global, mientras que el segundo es un medio que quiere ser global, pero no necesariamente de masas. De cualquier manera, no arriesgamos demasiado si suscribimos la opinión de Pippa Norris, para quien "Internet no es aún un 'mass media', pero lo será"²⁹.

Otras dudas sobre su naturaleza han consumido si no ríos de tinta, sí una cantidad considerable de 'gigabites' de memoria computarizada. A medida que su uso se va popularizando se van centrado expectativas y polémicas. Quizás la más popular de esas polémicas gira en torno a sus efectos en la libertad de información. Algunos ven su principal valor, o su principal peligro, en la imposibilidad de ejercer un control hacia sus contenidos. "Anarquía funcional", que, al garantizar la libertad de acceso,

permite tanto huir de la capacidad de control de los poderes que dominan cada vez más el mundo como la presencia de una información no siempre socialmente tolerable. Otros lo ven destinado a ser controlado, como cualquier otro medio, por las grandes corporaciones. La idea de que Internet suponía una nueva frontera donde todos serían aceptados en igualdad de condiciones, sin discriminación de género, raza y posición, está siendo revisada. Y se ha avisado sobre la posibilidad de que la influencia de los Estados Unidos en Internet sea tan decisiva como para que se convierta en un instrumento de colonización cultural³⁰.

Hay otras cuestiones que interesan a los investigadores de la comunicación política, algunas de las cuales tienen mucho que ver con las características que Maurice Satieneau, al analizar el caso suizo citado, ponía de manifiesto:

- Internet plantea el problema del acceso en términos técnicos, pero también financieros. En teoría cualquier ciudadano o grupo puede competir en el ciberespacio con la presencia de organizaciones poderosas o el propio Estado, pero la diferencia de medios da un carácter de desigualdad a la posible confrontación.
- La capacidad de presentar los datos con apoyos virtuales permite una presentación sesgada de los mismos, manteniendo, con otras características, la importancia de la retórica política en los mensajes: el atractivo visual de una página de Internet juega el mismo papel que la puesta en escena del mensaje político en la televisión.
- Es necesario revisar la noción de audiencia en términos de la Red: La larga disponibilidad sobre la Red contrasta con la concentración temporal que se produce en la televisión.
- La existencia de la Red no contradice dos características de la comunicación política actual: es redundante de un medio de comunicación a otro y se autoalimenta de un medio de comunicación a otro. Internet, desde este punto de vista, se incorpora perfectamente en los mecanismos de la comunicación política contemporánea.
- La Red informática permite el anonimato. Su uso puede ser indicativo de que el medio no libera totalmente del miedo a expresarse políticamente en público.
- El matrimonio de lo escrito y la informática libera a la comunicación política de cierta rigidez. El ciberespacio favorece un nuevo tipo de discurso político, menos influenciado por las normas sociales, lingüísticas e incluso gramaticales.
- Respecto a su eficacia electoral, la función de Internet no es atraer votos. Los usuarios de Internet suelen ser personas que tienen ya una opción política decidida.
- La presencia de Internet en los parlamentos, como hasta ahora se está definiendo, no influye realmente el trabajo de los legisladores. Esa pre-

sencia puede reforzar la práctica clásica de la ciudadanía más que crear una nueva forma de democracia participativa³¹.

EL PARLAMENTO SE DIGITALIZA.

En el ámbito parlamentario Internet se ha incorporado, o lo está haciendo, a muchos de los parlamentos de países avanzados. El Senado y la Cámara de Representantes de EE.UU. son de nuevo la referencia más ilustrativa. En ese país, ya en mayo de 1996, un grupo de congresistas creó el "Caucus Congressional de Internet" para educar a los miembros del Congreso sobre cómo funciona la Red y animarles a trabajar "on-line". Sería el inicio de un proceso de incorporación de Internet que puede tener su más reciente escalón ya en el 2001, con el uso de Internet para remitir, por primera a través de ese medio, una ley desde el Congreso a la Casa Blanca. Las peculiaridades de los EE.UU., por otra parte, permiten la aparición de acciones organizadas con el objeto de influir las labores de los legisladores, como el caso de Netline To Congress, que trata de hacer llegar a los representantes la información de cómo sus decisiones de voto coinciden o no con la opinión de los ciudadanos que acceden a la Red y opinan sobre las cuestiones propuestas³². La Red se convierte así en un lugar especial para que actúen los grupos organizados de presión, con posibilidades de manipulación notables, muy semejantes, en algunos casos, a las encuestas, sin que en este caso ni siquiera se pueda reclamar el carácter científico del artefacto.

En el Parlamento español, en julio de 1998, un chequeo sobre la presencia de Internet en sus tareas nos permitía averiguar que existía una web desde hacía un año, en donde se podían consultar el Diario de sesiones, los boletines, las leyes y las notas de prensa sobre acuerdos de la Cámara³³. De octubre de 2000 es la incorporación de una Intranet, o red interior, para permitir una mayor relación entre las propias instancias parlamentarias. Y el Senado, con ocasión de la reunión de la comisión sobre Internet puso en marcha la primera experiencia de foro, que pudiera reiniciarse próximamente. Aunque la dificultad de ese paso y los riesgos que entraña hacen dudar de esos propósitos. Y un dato ya comprobable: el 8 de febrero de 2001 el Partido Popular inauguraba sus páginas web en el Senado, el Congreso y el Parlamento europeo. Otras agrupaciones políticas, es obvio, seguirán el mismo camino, si no lo han hecho ya cuando vean la luz estas páginas.

En los parlamentos autonómicos la incorporación de Internet tiene ya su historia. En el parlamento valenciano la creación de un sistema de comunicación con la Red se sacó a concurso público en 1997. Avanzado ese año, el grupo de Izquierda Unida había presentado una proposición no de Ley ante la Asamblea autonómica de Madrid para la incorporación de Internet a la actividad política, de forma que los diputados, desde sus despachos, fueran accesibles y ofrecieran acceso a los internautas que desearan enviarles críticas, propuestas o sugerencias. En Cataluña el proyecto democraciaweb³⁴, desarrollado por el Parlamento catalán en los últimos meses de 1998, profundizaba en una dirección ya veterana³⁵. En el ámbito municipal su

desarrollo es incluso notable. Es cada vez más frecuente la implantación en Ayuntamientos de "ventanillas electrónicas", en un movimiento que se proyecta ampliamente por Europa. En Brest, sin duda un caso especial en la vecina Francia, pero con un notable valor de ejemplaridad, la Municipalidad ha instalado un punto Internet a no más de 500 metros de cada ciudadano.

Esta incorporación notable a las tareas parlamentarias está en el corazón de la polémica sobre el concepto y la posibilidad de 'democracia virtual'. Las dos escuelas de pensamiento sobre la posibilidad de ese tipo de democracia hasta ahora reconocidas afectan a la institución parlamentaria. Tanto la conocida como escuela plebiscitaria como los modelos deliberativos³⁶ modifican el papel de la representación política. El primero, que se identifica en general como un tipo de democracia directa, supondría una merma del papel del Parlamento, al permitir la consulta directa de los ciudadanos como fuente directa, identificada con la voluntad común, de la toma de decisiones. El segundo caso, que lleva a la participación en la política nacional a través de la construcción de redes ciudadanas que participan y amplían el debate político, también incide lógicamente en el papel de los parlamentos. Esta última opción no iría contra la democracia representativa, sería un complemento que haría de Internet un paliativo de las deficiencias del debate político y social que tradicionalmente se ha llevado a cabo a través de los medios de comunicación tradicionales. Es decir, alargarían el debate y permitirían, por ejemplo, la expresión de comunidades minoritarias que, hasta ahora, han carecido de una presencia en el debate político establecido en el Parlamento y a través de los medios más poderosos³⁷. Sería una herramienta al servicio de la democracia, que estaría llamada a cubrir una de los vacíos más notables de la democracia representativa tradicional, el poder de los grupos de presión, aunque está aún por determinar la capacidad de acción que esos mismos grupos puedan ejercer a través de Internet.

LUZ Y TAQUÍGRAFOS EN LAS BASES DE DATOS

Otra presencia, desde la tecnología, modificadora de los procesos en la política lo constituye el uso periodístico de las bases de datos informatizadas. Sus promotores lo presentan como un tipo de periodismo de investigación capaz de analizar datos complejos, generalmente numéricos, con ayuda de los ordenadores y programas especializados, con capacidad para poner al alcance de los periodistas la misma información, o mayor, que la que poseen los empleados públicos o privados a los que entrevistan. Ello implica modificaciones cualitativas en la práctica general del periodismo y en sus relaciones con el espacio público. La técnica, aprovechada en sus posibilidades más profundas y con el necesario complemento metodológico, abre nuevas perspectivas en el análisis de la realidad política³⁸.

Desde este punto de partida, el "periodismo de bases de datos" o "periodismo asistido por ordenador" puede influir en el funcionamiento de las instituciones representativas. La práctica, relativamente consolidada en el país en que surgió, los Estados Unidos, ha permitido la aparición en los periódicos de informaciones con títulos tan

expresivos como "El dinero de la política", "La caja fuerte de 1990. Adónde van los dólares de la campaña", "Las empresas utilizan escapatorias para las donaciones electorales", etc.³⁹. El propio Los Angeles Times describía así en sus páginas la metodología empleada en la serie de reportajes antes citada: "El estudio... sobre los gastos de la campaña está basado en el análisis de 220.000 informes separados sobre gastos dirigidos a la Comisión Federal Electoral por los 798 candidatos a ocupar un puesto en la Cámara de Representantes. Los datos incluyen todo el dinero gastado por esos candidatos entre el uno de enero de 1989 y el 30 de septiembre de 1990. Las copias de esos informes obtenidos por el periódico fueron introducidas, para su análisis, en la base de datos bajo 273 categorías diferentes"⁴⁰.

Aparte de las coordenadas legales que permiten ese trabajo, es obvio el papel que juega la tecnología en la transparencia al servicio de un axioma del sistema: los ciudadanos tienen el derecho a conocer lo que los políticos hacen, en detalle incluso, con el dinero de los contribuyentes⁴¹. Reportajes como éstos en la actualidad no son una rareza⁴². Morris y sus colaboradores mantienen ahora, como queda dicho, una empresa dedicada a proporcionar información, a quien lo precise, sobre cómo emplean el dinero los políticos elegidos, a la que se puede acceder a través de Internet. Además, en los años 1992 y 1994 publicaron sendos libros con el título de Manual de los gastos de campaña, elaborado fundamentalmente con la base de datos del Congreso sobre el análisis detallados de los gastos electorales de cada ciclo de bianual. Dado el ambiente que algunos casos de corrupción están creando en el mundo político no es arriesgado predecir el empleo de estas herramientas en pro de una más real transparencia de las relaciones de los políticos con los intereses económicos, a la búsqueda de la separación efectiva entre intereses públicos y privados.

Aunque de nuevo ante estas novedosas maneras de tratar periodísticamente los asuntos políticos surgen cuestiones sobre las reales posibilidades de su contribución al debate público. La existencia de sistemas políticos con estructuras legales que podríamos denominar "blindadas" no es rara. Y ante la capacidad tecnológica de tratamiento de la información se erige la eficacia de legislaciones y prácticas legales que tienden a convertir a las administraciones, de hecho, en un sujeto de derecho inmune, capaz de proveerse de mecanismos suficientes como para eludir la acción de los nuevos instrumentos. Además de otras incapacidades estructurales, no existe, por ejemplo, en las latitudes que nos son próximas, una "Freedom Information Act", la ley norteamericana que obliga a la administración a facilitar la información requerida por los periodistas. Lo cual entorpece, en muchos casos, la búsqueda de una información contrastada y con solidez suficiente como resistir las amenazas de las instancias capaces de acceder ventajosamente al sistema judicial.

LA TELEVISIÓN Y EL CARÁCTER VISIVO DE LA DEMOCRACIA MODERNA

La presencia de la televisión en el Parlamento suscitó en su momento, allá por los años setenta un vivo debate. Ya por aquellas fechas el análisis de Seymour-Ure resumía así los argumentos más presentes a la hora de criticar u oponerse a esa presencia: la

televisión cambiaría la naturaleza del debate parlamentario, desorientaría al público, cambiaría las cualidades necesarias para ser diputado y cambiaría la importancia del Parlamento⁴³. No es de este lugar un más detallado tratamiento de la polémica, que goza ya de una cierta veteranía y que se inscribe en el tema más general y de más larga presencia de la relación de los medios de comunicación con la política. Pero sí que suscribimos la opinión que sobre el asunto expresaba en 1989 el profesor Muñoz-Alonso: "En la presente sociedad televisual lo que no aparece en la televisión no tiene existencia pública y carece de vigencia social. Si condenamos al Parlamento a apariciones esporádicas, de unos breves minutos, en los programas informativos, se estará, de hecho contribuyendo a que la institución quede relegada en la valoración popular. La exigencia prioritaria de comunicar con los ciudadanos que hoy sienten los responsables de todas las instituciones políticas afecta muy en primer lugar al Parlamento"⁴⁴. A estas fechas, esa opinión ha sido asumida en la práctica. Poco a poco los parlamentos han ido permitiendo la presencia de la televisión en sus debates, y parece haberse optado por permitir que la publicidad de la institución sea lo más amplia posible, plegándose a los imperativos de la nuevas tecnologías.

La aparición de la televisión por cable, primero, y la televisión digital, con la multiplicación de la oferta temática, más tarde, no es ajena a la existencia de una cobertura de la actividad parlamentaria que ha popularizado procesos antes únicamente accesibles al gran público a través de las reseñas periodísticas o las informaciones televisivas habituales sobre la actividad parlamentaria. Tanto en el Congreso de los Diputados español como en los parlamentos autonómicos existen servicios de televisión en las salas de los plenos y en todas las comisiones, como circuito cerrado y con capacidad de salida en directo, que son aprovechados sobre todo por los periodistas que cubren la actividad parlamentaria.

La creación de un canal de televisión parlamentario por vía digital es ya una realidad, y el incremento de su presencia no debe tardar, si creemos las informaciones que nos facilitan sus responsables. El 5 de abril de 2000 inició sus emisiones por Madritel el Canal Parlamentario, y el primero de febrero de 2001 la señal se empezó a enviar por Hispasat. De este satélite recogen sus imágenes algunas televisiones con programas sobre la actividad parlamentaria, como ETB –para su programa semanal "Palabra de Ley"–, Antena Aragón o Retecal (la red de cable de Castilla-León). Pero la acción más importante estaba, a finales de septiembre de 2001, en fase de negociación: En esas fechas los responsables de la comunicación del Congreso de los Diputados nos informaban de la existencia de conversaciones con la empresa del satélite Astra para la incorporación del "Canal Parlamentario" a la plataforma de Vía Digital, en una primera fase, y a Canal Satélite Digital más tarde. Dicho Canal Parlamentario emite diariamente, de lunes a viernes, de las 9.00 a las 22.00 horas. La programación en los momentos en que se escriben estas líneas la componen la transmisión de los Plenos y las reuniones de las Comisiones –suele haber 8 ó 9 a la semana–, con selección principalmente de las de carácter informativo. Se retransmiten asimismo las comparencias más destacables, y en los períodos de vacaciones parlamentarias se procede a redifundir lo ya emitido, con una selección

a cargo de los responsables del Canal, que son los servicios de prensa del Congreso. En un futuro se prevé la diversificación de la emisión con la incorporación a la programación de coloquios, entrevistas y presentaciones de diputados⁴⁵.

Puede ser el momento, cabe preverlo, en el que los grupos parlamentarios se vean impelidos a discutir y establecer acuerdos sobre su diversa presencia y los aspectos de la realización de los programas, cosa que, de acuerdo con la información recogida, no se ha hecho hasta ahora. Sería la culminación de un proceso iniciado ya hace algunos años: desde 1993 existe un convenio entre el Parlamento español y la Universidad Complutense para el servicio de las instalaciones de televisión del Congreso, con cámaras en todas las Comisiones. En el Senado, a finales de 2000, se está estudiando la adquisición de equipos para unificar su emisión con la del Congreso. Estamos, pues, ante un intento muy primerizo, que aún no dispone de datos de audiencia. Es un servicio informativo institucional, controlado por los propios servicios de prensa del Congreso, con nula presencia de los grupos parlamentarios y que puede interpretarse como la salida al exterior, con los ajustes precisos, de las transmisiones en circuito cerrado que ya existían para facilitar el trabajo de periodistas acreditados y la cobertura parlamentaria de los medios en general. Aunque no pueda descartarse una evolución más abierta e independiente del servicio.

Esta información nos remite irremediabilmente a un caso pionero, ya veterano, con una concepción distinta en lo fundamental, sin el control institucional que en el caso español se registra. Va a hacer un cuarto de siglo que se puso en marcha en Estados Unidos C-Span, una cadena de televisión que se inició como un servicio público de televisión cubierto por la industria de la televisión por cable norteamericana. En la actualidad tiene tres canales de televisión y una emisora de radio⁴⁶. Su misión declarada es proveer a la audiencia de información sobre los debates en el Senado y en la Cámara de Representantes de los Estados Unidos, y de las instancias parlamentarias de otros estados próximos cultural y políticamente, como Canadá –desde 1983–, el Reino Unido –desde 1988– y “otros foros donde la política pública es discutida y decidida”. Desde 1980 proporciona también acceso directo de los ciudadanos, a través de programas de participación, a los representantes elegidos, periodistas y otras personas con influencia política. Las retransmisiones son completas, sin edición, comentario o análisis alguno, cuidando una presentación equilibrada de las diversas posturas⁴⁷. Una visión de la actividad de esa emisora nos aleja por tanto, en principio, del concepto de la televisión espectáculo que normalmente prima en el medio. Salvo que se quiera presentar como espectacular la retransmisión sin interrupciones de un debate parlamentario o de una larga comparecencia ante las comisiones parlamentarias, cosa que, conocido el ambiente parlamentario que usualmente se da en nuestro ámbito más inmediato, es difícil.

Pero es el caso que C-Span no está exento de una búsqueda de la eficacia televisiva, buscando la diversidad en sus contenidos⁴⁸: la retransmisión sin interrupción de los caucuses –el primero, Iowa, en 1984–, y las convenciones nacionales de los partidos demócrata y republicano –por primera vez en 1984–, el discurso de apertura del Parlamento británico por Isabel II –a partir de 1988–, programas especia-

les sobre la Guerra del Golfo –1990–, sobre aspectos procedimentales de la Cámara de Representantes y el Senado, o la audiencia del famoso caso del juez Clarence Thomas ante la Corte Suprema de los Estados Unidos. En 1992, entre enero y noviembre, ofrecía 1.200 horas de cobertura sobre las elecciones en Estados Unidos⁴⁹. La incorporación a Internet permitió la aparición de un nuevo servicio de C-Span, conocido como “Capital Questions”, para atender consultas de los telespectadores sobre el Congreso.

¿Cuál es la real importancia de esta actividad? En 1990 C-Span llegaba a 50 millones de hogares. Datos de audiencia más actuales nos dicen que el 4% de los norteamericanos ve regularmente C-Span y otro 19 % lo conecta algunas veces. Es una audiencia compuesta en su mayoría por varones, personas adultas y con poder económico alto. Los telespectadores de C-Span son, además, consumidores de una multitud de otras fuentes de noticias. El 76% mira regularmente la CNN y son asiduos a los programas informativos radiofónicos. Aunque desde el punto de vista de las audiencias un 4% no es una tasa ni mucho menos despreciable para un canal tan especializado como el que contemplamos, es claro que estamos confrontados una vez más al concepto elitista de la opinión pública política⁵⁰.

La posibilidad, pues, de un cierto éxito de audiencia de las emisiones que tienen como protagonista el Parlamento es real, dependiendo, por supuesto, de las cotas de interés y de espectáculo que puedan introducirse en las mismas. Aunque cabe siempre plantearse la misma pregunta que surge ante cualquier acto comunicador: ¿Hasta qué punto estas innovaciones van a afectar a las relaciones Parlamento-ciudadanía? Las respuestas son múltiples como múltiples son los aspectos que cabe destacar en el fenómeno. Nosotros hacemos hincapié en uno de esos aspectos, el de la credibilidad que el medio puede proporcionar a una actividad políticamente criticada. Para algunos autores, que entienden que la relación medios de comunicación de masas y Parlamento sigue centrada en torno a los conceptos crédito-des crédito, la conveniencia de canales de TV especializados presentaría para los políticos una ventaja notable: librarse de la intermediación periodística. La propia C-Span afirma que su pretensión es facilitar a los políticos y parlamentarios un acceso directo a las audiencias, sin necesidad de someterse a filtros u otros intermediarios que puedan distorsionar sus puntos de vista. Y esto nos lleva de nuevo a uno de los objetivos que algunos asignan a la revolución mediática en marcha: ahorrarse asociaciones intermediarias entre ciudadanos y políticos. Pero de momento la intermediación de los medios de comunicación de masas no ha desaparecido y siguen ocupando su espacio los programas especializados de información dedicados a cubrir la actividad parlamentaria. En España, en la televisión pública estatal se mantiene el programa “Parlamento”⁵¹ y las televisiones autonómicas emiten programas como “Parlamento andaluz” o “Corts valencianes”⁵², que al margen del carácter institucional que presentan, no eluden la intervención de elementos comunicadores ajenos a la misma institución parlamentaria, en mayor o menor medida, y con mayor o menor sesgo político.

De cualquier manera permanece siempre, en casos como el español, la evidencia de la marca institucional: el hecho de que el control pleno de las imágenes permanezca

en última instancia en manos de la institución parlamentaria limita la capacidad crítica de la información, que es, a la postre, un elemento motivador principal para el espectador y para la legitimación política del debate. Circunstancia que conecta con la premisa mayor de un medio de comunicación, la realidad de su naturaleza comunicativa. Y lo que no es de menor importancia, la real eficacia de estas emisiones en su conexión con el interés de los televidentes.

A juzgar por las cotas de audiencia registradas ese interés no parece muy extendido. Ello ha llevado, como hemos visto, a una diversificación de contenidos, que ha disuelto un tanto, en el caso de C-Span, sus primitivos perfiles de emisora estrictamente temática. Ante lo que parece plantearse una disyuntiva: mantener el carácter muy minoritario de la audiencia o alejarse del tratamiento técnico y mostrativo de las emisiones. Lo que se agudiza en sistemas o países, como el nuestro, en los que la actividad parlamentaria aparece fuertemente normativizada y no goza de una imagen precisamente atractiva. Esta falta de atracción adquiere, en general, su verdadera dimensión si aceptamos la dependencia que el medio televisión tiene respecto a lo espectacular. Si se acepta generalmente como necesaria esa característica del producto televisivo, se habrá de reconocer que ello lastra la posibilidad de lograr audiencias amplias para las tareas parlamentarias y, en general, la limitación de la televisión en la tarea de colaborar a cubrir la exigencia de publicidad que el sistema democrático tiene como principio principal.

CONCLUSIÓN

Entre las características de las nuevas tecnologías la interactividad es sobre todo la que permite considerarlas como creadoras de una nueva situación en la comunicación política. Es lo que permite a los denominados tecnófilos soñar con la instauración, a no muy largo plazo, de una "democracia digital". Una no muy lejana república electrónica en la que los flujos políticos se establecerán directamente entre los ciudadanos y los gobernantes, sin necesidad de instituciones intermediadoras.

El rótulo La república electrónica ha identificado ya más de un libro⁵³ que apuesta por la posibilidad de la participación directa de los ciudadanos, con la consiguiente transformación de la representación política. Una visión que supondría un salto cualitativo que nos merece el calificativo de "utópico". Los autores que defienden esa posibilidad, entre los que Nicolás Negroponte, director del famoso Instituto Tecnológico de Massachusetts, es quizás el más conocido, hablan de un futuro en el que hasta el ocio individual se realizará a través de un ordenador personal, y en "hogares en los que habrá al menos un ordenador personal por individuo"⁵⁴. Imaginar una sociedad así nos conduce directamente a la polémica sobre la desigualdad informativa.

Esa sociedad poblada de ordenadores a la mano de cada uno de los miembros de la familia sólo es imaginable en un mundo de tecnificación muy superior al actual, un mundo próximo a la ciencia ficción. Nos lleva, en todo caso, a una sociedad de hom-

bres con medios económicos y de conocimiento difícilmente equiparable a la participación política amplia, que es lo que quiere la democracia. Nos ceñiríamos, en el mejor de los casos, a un concepto elitista de la participación política: sólo unos pocos estarían llamados a participar en el intercambio de ideas entre parlamentarios y ciudadanos-opinión pública.

Son muchos los que suscriben la opinión de Habermas según la cual la integración social y la socialización dependen cada vez más de una acción comunicativa en un debate público, libre y abierto. Desde esta perspectiva la cuestión que cabría plantear es hasta qué punto las nuevas tecnologías contribuyen a este debate. Y es obvio que, incluso en una comunidad con un buen nivel de equipamiento, no está siempre presente el mínimo de conocimientos técnicos para tomar parte en él. Puede ser cierto, como afirma Luhmann, que "la modernización es un proceso societal... con una tendencia hacia la complejidad y la especialización", pero la existencia de determinadas herramientas no supone su eficacia.

Políticas como las actualmente en marcha en algunos países, consistentes en la introducción de ordenadores en las escuelas con un carácter general, pueden contribuir a familiarizar a los escolares con la informática, pero no son por sí mismas suficientes para asegurar una evolución hacia una mayor participación política a través de esas herramientas. Y es que no hay que confundir la capacidad de interactividad de las nuevas tecnologías y el debate político democratizador. De acuerdo con las experiencias de los debates políticos hasta ahora realizados a través de Internet y que han sido analizados, la pregunta persiste: ¿se ha producido la ampliación de la ciudadanía o se trata de un simple traspaso de la relación gobernantes-gobernados ya conocida sobre un nuevo modo de comunicación? El debate político puede ser conducido por muy pocos participantes, según intereses políticos propios, su predilección por el ordenador o su acceso al mundo informático. La calidad de 'ágora' puede también conectar con el sentido clásico del término, en una sociedad en la que sólo unos pocos tenían acceso al debate político.

No es oportuno, por supuesto, generalizar. Todos los países y las diversas comunidades políticas no están al mismo nivel tecnológico. Por eso la Unesco, refiriéndose a la educación, ponía en guardia contra un excesivo optimismo: "Las redes de comunicación globales pueden jugar un papel vital en la promoción de la educación... Pero el éxito dependerá de si la infraestructura de la información global está repartida adecuada y eficientemente a través del mundo, especialmente en las 600.000 localidades que hoy en día aún no tienen electricidad, y no se queden confinadas a las ciudades privilegiadas". Porque las diferencias de equipamientos pueden ser enormes y, por supuesto, definitivas⁵⁵.

El papel de la ciencia no es precisamente el de predecir el futuro. Y las características de la evolución tecnológica están lejos de poder darse por cerradas. Como afirmaba Robert Meadow, refiriéndose a la rapidez con la que se desarrolla la tecnología de la comunicación política, "lo que puede ser el estado actual del arte puede parecer tan primitivo como el hacha de sílex dentro de dos años"⁵⁶. La ciencia, todo

lo más, puede emprender alguna acción de prospectiva, con las reservas que ello implica. Pues bien, creemos que ni siquiera esa capacidad de prospectiva anuncia una situación política semejante a la que contiene el concepto de 'democracia digital', que muchos están tentados de identificar con la 'democracia virtual'.

Lo cual dista mucho de ser negativo. Un tipo de democracia así implica, para muchos de sus heraldos, a partir de la interactividad, la relación directa entre gobernantes y gobernados, con merma del papel de las instituciones intermediadoras. Pero para algunos críticos de esa visión la erosión de instituciones como los partidos políticos alejarían más que incrementarían el poder de los ciudadanos, porque, consecuencias de la ley de hierro de la oligarquía aparte, la organización es el único medio por el cual las masas pueden ejercer influencia sobre los líderes políticos⁵⁷. Quizás por ello, en realidad, los ciudadanos no parecen muy interesados en un mundo en donde las asociaciones de naturaleza política desaparezcan. Quieren que éstas cumplan con más eficacia su papel representativo. Eso al menos cabe pensar si miramos la naturaleza de las cuestiones que esos ciudadanos plantean en la Red⁵⁸.

En definitiva, la aparición de las nuevas tecnologías en los procesos de creación de la información debe ser contemplada en conexión íntima con los aspectos relevantes de la cultura política. Las innovaciones tecnológicas no gozan de autonomía, deben considerarse dentro del contexto cultural, social y político en el que se introducen. El grado en que las nuevas tecnologías pueden influir en la modificación de las condiciones políticas y legales depende así de dinámicas más generales entre el poder político y la capacidad de la sociedad para aumentar las cotas de participación ciudadana. En ese proceso Internet puede ser un instrumento más al servicio de la acción ciudadana, pero la cautela nos aconsejaría suscribir la opinión de Steven Cliff: "La realidad es que nuestras abundantes y muy diferentes democracias están cambiando por causa de las tecnologías de la información y las redes. Pero no podemos saber si esos cambios serán para lo mejor o para lo peor"⁵⁹.

NOTAS

¹ Si hubiera que hacer un recuento, no exhaustivo, por supuesto, habría que citar aquí cosas tan dispares como los satélites de comunicaciones, los transmisores de microondas, la fibra óptica, los sistemas de cable interactivo de doble vía, la holografía y el grafismo electrónico, el teletexto, la televisión de pago, la televisión local, el correo electrónico, las redes de comunicación computarizada...

² El siglo XX nace con la presencia anunciada de los medios electrónicos. Las posibilidades políticas de la radiodifusión sonora fueron rápidamente captadas por los profesionales. No es casualidad, por ejemplo, que el acto que marca el nacimiento de la radiodifusión pública en los E.E.U.U., un 2 de noviembre de 1920, fuese la emisión, desde Pittsburgh, de un reportaje sobre la elección presidencial de Harding. V. Timoteo Alvarez, Jesús, Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX, Barcelona, Ariel Comunicación, 1987, p. 181.

³ McLuhan, Marshall, Understanding Media, London, Routledge and Kegan Paul, 1964, p. 328.

⁴ V. Cockerell, Michael, La televisión inglesa y los primeros ministros, Barcelona, Planeta, 1990.

⁵ V. Schwartzberg, Roger-Gérard, *L'état spectacle*, París, Flammarion, 1977 (Versión en castellano de 1978: "El show político").

⁶ Las reflexiones y polémicas presentes sobre Internet se enfrentan aún con su carácter novedoso. A pesar de que su prehistoria se remonta a 1957, con la creación de ARPA (Advanced Research Project Agency), y en 1972 aparece configurada la Red, no es hasta 1991, con la incorporación notable de los servicios comerciales, cuando se produce la "popularización" de esa amplia trama a través del mundo (World Wide Web). Para una visión completa de Internet, tanto desde el punto de vista histórico como funcional, v. Lynch, Daniel C.; Rose, Marshall, T. (eds.), *Internet System Handbook*, Reading (Massachusetts), Addison-Wesley Publishing, 1993.

⁷ De hace ya más de tres años data la noticia del uso de Internet por parte de Hamás para anunciar una acción militar en el sur del Líbano contra los israelíes. V. *El País*, 12.9.97.

⁸ La Asociación VECAM (veille européenne et citoyenne sur les autoroutes de l'information et du multimedia) (<http://www.vecam.org> y www.villes-internet.net), en Francia, y el italiano Forum per la Tecnologia della Informazione (<http://www.foumfi.it>) trabajan en el desarrollo de un mayor control de la actividad oficial en Internet.

⁹ Noticia tomada de *El País*, 8.03.2001. Allí también es posible acceder a la dirección de nueve sitios, en donde el asunto está presente.

¹⁰ Con ocasión de los funerales de la princesa Diana, la página abierta por la Casa Real para recibir condolencias registró casi 14 millones de accesos. Además se abrieron otras páginas dedicadas al caso, entre ellas la de la CNN, con información completa sobre el accidente. Internet se convirtió en un foro en donde se manifestaron, además de las condolencias y las informaciones, opiniones sobre la naturaleza de su muerte y la polémica sobre el papel de la prensa.

¹¹ El acuerdo entre el gobierno de Londres y los grupos políticos norirlandeses tuvo presencia, como mínimo, en una decena de páginas de otras tantas organizaciones. El atentado de Omagh se incorporó asimismo a la Red con la misma abundancia. V. *El País*, 16.4.98.

¹² Aparecieron, al menos, en nueve páginas (*El País*, 28.5.98).

¹³ El asunto aparecía al menos en once páginas, e Internet estuvo muy activa con ocasión de las manifestaciones tras la muerte del concejal del Partido Popular en el País Vasco Miguel Ángel Blanco a manos de ETA. Provocó incluso la aparición de una llamada asociación de usuarios de Internet bajo la denominación de "Internautas por la paz y la libertad". *ABC Informática*, 17.9.97.

¹⁴ *El País*, 30.11.2000.

¹⁵ En particular Kohl, luchando por acortar distancias en las encuestas: "Kohl entró ayer en campaña electoral por las rutas del ciberespacio... Durante una hora y cuarenta minutos estuvo disponible en la Red para todos aquellos que querían conversar con él en directo". Era la descripción de *El País*, 19.09.98.

¹⁶ En esa campaña electoral apareció una Guía informatizada de votantes de California (California Online Voter Guide), a cargo de un servicio independiente formado por grupos y empresas, desde la Asociación de Profesores a la compañía regional de teléfonos. Y la famosa Liga femenina de votantes puso en marcha un "Proyecto Voto Inteligente", que volvió a activar en 1996, para facilitar datos sobre los candidatos, sus discursos, su financiación... En esas mismas elecciones se usó ya el correo electrónico para comunicar directamente con los votantes y se hicieron on-line chat sessions con los abonados a American On-Line y otras compañías que facilitan la comunicación por la Red.

¹⁷ Para esa aspirante la tecnología combinaba "dos elementos que han contribuido a la economía y a la creatividad de California, a saber, Hollywood y el Silicon Valley", y para su jefe de campaña esa acción demostraba que "Mrs. Brown tiene la vista puesta en el futuro". *Financial Times*, 3.11.1994.

¹⁸ Caso presentado y analizado por Maurice Satinau en el taller de Comunicación política y nuevas tecnologías, de la XXV reunión anual del Simposio Europeo de Investigación Política, Berna, 1997.

¹⁹ V. El País, 7.03.2001.

²⁰ La République des Pyrénées, Le Parisien, que reproducía un sondeo publicado en La Tribune de Genève, France Soir, que publicaba la evolución de los sondeos a lo largo de la semana de prohibición... V. El País, 1.06.1997.

²¹ En España, con motivo de la última elecciones generales, marzo de 2000, estas "cibercuentas" fueron abundantes, realizadas tanto por encargo de los partidos como por encargo de los periódicos. Entre otras, se encontraban estas predicciones electorales en www.Gesbib.Com/12marzo, la más numerosa, con 11.000 internautas participantes; www.Eleccionesgenerales.Com, de Europa Press; www.Ya.Com/elecciones...

²² La experiencia, con la ayuda de expertos en el manejo del sistema y prevista para una duración de dos horas, no superó la hora y media. De más de doscientas preguntas que le hicieron, Kohl sólo decidió responder a una veintena. Desde el interés periodístico, las intervenciones que más destacan son las que aprovecharon para ejercer la crítica o el sentido del humor: "Me interesaría saber si el Sr. Kohl ha tenido también una becaria", "_Acaso no necesita una secretaria? Estoy en paro como otros cinco millones de personas", "¿Es difícil manejar un ordenador? ¿Verdad, Helmut?"... V. El País, 19.09.98.

²³ Stromer-Galley, Jennifer, "On-Line Interaction and Why Candidates Avoid It", *Journal of Communication*, Penn State University, ICA, vol. 50, n.º 4, otoño 2000, pp. 111-132.

²⁴ Entre nosotros, obras como la de Javier Echevarría (Los señores del aire. Telépolis y El tercer entorno, 1999, y Un mundo virtual, 2000), son mostrativas de un punto de vista cada vez más presente, convergente en parte con los puntos de vista de Noam Chomsky, Manuel Castells y una cada vez más amplia nómina de críticos ante el optimismo en el desarrollo de lo que se conoce como "ciberdemocracia".

²⁵ V. Norris, Pippa, y Jones, David, "Virtual Democracy", *Press/Politics*, vol. 3, n. 2, Cambridge, Harvard University, 1998. Ahí se nos remite a las obras de dos autores que han colaborado de forma especial a la divulgación del asunto: Negroponte, Nicholas, *Being Digital*, New York, Knopf, 1995, y Dertouzos, Michael, *What Will Be: How the New World of Information Will Change Our Lives*, San Francisco, Harper Edge, 1997.

²⁶ En el informe de la encuesta telefónica de 1998, de unos 3.000 casos, se anuncia que "el porcentaje de americanos que consiguen información de Internet al menos una vez por semana se ha triplicado, por lo menos, en los últimos dos años: de 11 a 36 millones de nuevos usuarios". A la hora de marcar los contenidos, los que consultan Internet para obtener noticias prefieren todavía, sobre todo, los asuntos relacionados con la ciencia, la salud, las finanzas y la tecnología.

²⁷ Véase: <http://www.people-press.org/med98rpt.ht>.

²⁸ Citado por Flowers, J., "Idiot's guide to the...", en *New Scientist*, pp. 22-26.

²⁹ Norris, Pippa, and Jones, David, "Virtual Democracy", *Press/Politics*, v. 3, n_ 2, 1998, pp.1-4.

³⁰ Evagora, Andreas, "_pero, quién manda aquí?", *El País*, 18.12.97.

³¹ Maurice Safineau, op. cit..

³² Una iniciativa dedicada a "comunicar la voluntad del pueblo americano a los congresistas y senadores". La página expone a diario una serie de cuestiones, sobre las que los usuarios pueden opinar. Esa opinión se hace llegar, tratada estadísticamente, a los legisladores, de forma que pueda ser contrastada con la postura del cada senador y congresista. Dirección: <http://www.netline-to-congress.com>.

³³ Existía además una relación intercameral con otros países. Los parlamentarios tienen a su disposición un sistema VAN, que facilita hasta 2.000 noticias, unos 15 días, en circuitos internos. De 1998 es también la incorporación del fax en los domicilios de los parlamentarios. Datos obtenidos de la Jefatura de Prensa del Congreso de los Diputados.

³⁴ "Los catalanes podrán dar su opinión y proponer enmiendas a las leyes que está tramitando el Parlamento de Cataluña a través de Internet... dos páginas web, una elaborada por la Fundación Jaime Bofill

y otra por la Universidad Abierta de Cataluña, para difundir la tarea del Parlamento en la sociedad y dar la oportunidad a la ciudadanía de relacionarse con sus diputados". El sistema fue usado por primera vez con motivo del debate sobre el estado de la región, a finales de septiembre de 1998. *Bit*, n.º 109, mayo-junio 1998, p. 17.

³⁵ Ya en las elecciones autonómicas de noviembre de 1995 funcionó "Plaza Internet", una iniciativa de La Vanguardia y una empresa privada, que ponía una dirección al servicio de los ciudadanos para que hicieran llegar su mensaje a los políticos. (*La Vanguardia*, 25.10.95).

³⁶ Los llamados modelos deliberativos han sido ampliamente tratados, en fecha temprana, por Barber, Benjamin, *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*, Berkeley, University of California Press, 1984.

³⁷ Como respuesta a las deficiencias de presencia en el espacio mediático tradicional han aparecido iniciativas virtuales. Por ejemplo, dado que la mayoría de los medios estaba dominada por los blancos, comunidades virtuales negras se ha desarrollado en Gran Bretaña (*The Chronicle*) y en los EE.UU. (*American Visions Society Online*) para discutir de sus problemas. V. Esclatine, A., "Internet et démocratie", en Mathias, Paul, *L'Internet: enjeux de théorie politique*, <http://barthes.ens.fr/scpo/prog99.htm>.

³⁸ La presentación, análisis e incluso promoción de esta modalidad periodística tiene entre nosotros al profesor José Luis Dader como máximo representante. Él es el introductor y traductor en España de la obra de Phillip Meyer, divulgador del concepto de 'Periodismo de precisión'. V. Meyer, Philip, *Periodismo de precisión*, Barcelona, Bosch Comunicación, 1993 (v.o.: *The New Precision Journalism*, 1991) y Dader, J.L., *Periodismo de precisión. Via socioinformática de descubrir noticias*, Madrid, Síntesis, 1997.

³⁹ El autor principal de esta serie de artículos, que se citan sólo a título de ejemplo, es Dwight Morris, un especialista en la elaboración de rastreos informáticos para la investigación periodística, director de Proyectos especiales en la delegación en Washington de Los Angeles Times durante varios años y posteriormente creador de una empresa autónoma de investigaciones periodísticas, "The Campaign Study Group" mediante rastreo informático de datos que ofrece por Internet sus servicios a cuantos medios o instituciones estén interesados en suscribirse a sus servicios. La dirección de contacto y presentación de dicha empresa es www.chronicide.com

⁴⁰ Los candidatos fueron divididos en tres grupos -aspirantes, defensores del escaño que ya tenían y candidatos a un escaño disponible-. Fueron también clasificados de acuerdo con la intensidad de sus campañas: sin oposición, contestadas o en cerrada competencia. En general, Dwight Morris, director de esta investigación realizada en el diario Los Angeles Times confió en la descripción de los candidatos para clasificar sus gastos.

⁴¹ Dentro del periodismo norteamericano existe una cierta tradición. Ya en 1973, por ejemplo, Meyer realizó un análisis periodístico del volumen de gastos de los parlamentarios de la Cámara de Representantes y del Senado en el correo gratuito al que tienen derecho, como indicador de su seguridad en el mantenimiento del puesto, a partir de una hipótesis: los que se sienten seguros hacen un menor uso del correo con sus electores.

⁴² Otro análisis detallado de los gastos del sistema público de salud, realizado por Elliot Jaspin y Larry Lipmann para la cadena Cox newspapers - agrupa a doce diarios-, apareció entre el 20 y el 23 de agosto de 1995, en plena discusión pública de la nueva legislación que la Administración Clinton quería introducir en la sanidad pública de los Estados Unidos.

⁴³ Seymour-Ure, Colin, *The political impact of mass media*, Constable, London, Sage Pubs, 1974. Cit. por Muñoz-Alonso, Alejandro, *Política y nueva comunicación*, Madrid, Fundesco, 1989.

⁴⁴ Muñoz-Alonso, A., op. cit., p 119.

⁴⁵ Datos proporcionados por el responsable de los medios de comunicación en el Parlamento español.

⁴⁶ De 1987 es el C-Span 2, emitiendo también las 24 horas y de diez años después, el C-Span Extra. Un

servicio radiofónico de 24 horas –el Radio Networks–, a imagen del Servicio Mundial de la BBC, se puso en marcha en 1989, y ese mismo año empieza a realizar la cobertura regular de la Cámara de los Comunes.

⁴⁷ Desde 1981 retransmite las comparecencias en el Congreso, con ocho horas de emisión diarias, que fueron 16 al año siguiente y 24 ese mismo año.

⁴⁸ Aparecen programas como el "About books" o el "Alexis Tocqueville Tour", una serie de nueve meses que describe la vida del autor de *La democracia en América*, de 1997. El C-Span Extra da cobertura en directo de los acontecimientos relacionados con los asuntos públicos en general, superando la actividad parlamentaria. Y la expansión no se ha detenido en el medio televisivo nacional. La Agencia de Información de los Estados Unidos (USIA) se encarga de transmitir el C-Span a noventa países a través de la red de satélites Worknet. En 1994 se incorporó a la televisión digital Direct TV y a Internet. En 1993 puso en marcha una curiosa experiencia educativa, que ha recibido el aplauso de autoridades y expertos, el C-Span School Bus, primero en el distrito federal de Washington y luego en otros estados, hasta completar los 50.

⁴⁹ En esta dirección: <http://www.c-span.org/>.

⁵⁰ Datos recogidos del informe 1998 de The Pew Research Center for the People and the Press: <http://www.people-press.org/med98r>.

⁵¹ Se emite en La 2, los sábados a las 11 de la mañana. El último share en nuestro poder, de 24.2.2001, es del 7,3%, con una audiencia del 0,6%.

⁵² Se emite semanalmente por el segundo canal de la televisión autonómica valenciana, Noticias Nou.

⁵³ El de Lawrence Grossman, que ha sido presidente de la NBC News, por ejemplo, es de 1996.

⁵⁴ Entrevista de Fernando Pardo a Nicolás Negroponte, en *Bit*, n.º 109, mayo-junio 1998, pp. 28-32.

⁵⁵ Con cifras del 96: 35% de los hogares estadounidenses poseen un ordenador. En Alemania, los que poseen ordenador son sólo el 15% y en Francia estaban en torno al 13%. Y eso sin salirnos de zonas de máximo desarrollo tecnológico.

⁵⁶ Meadow, Robert G., "Political Campaigns, New Technology, and Political Communication Research", en Sanders, Keith R.; Kaid, Lynda Lee, and Nimmo, Dan (edits.), *Political Communication Yearbook*. 1984, Southern Illinois University Press, 1985.

⁵⁷ Gibson, Rachel K., and Ward, Stephen J., "U.K. Political Parties and the Internet", *Press/Politics*, 3(3):14-38.

⁵⁸ Una mayoría de los internautas que entran en las páginas de los parlamentarios para hacer consultas piden información sobre las propias organizaciones, de qué manera funcionan o cómo pueden participar o influir en su funcionamiento. O demandan una acción eficaz de sus representantes.

⁵⁹ Cliff, Steven, "Democracy is Online", *On The Internet magazine*, Internet Society, marzo/abril 1998.