

El Boomeran(g)

El blog literario latinoamericano

Obras en gestación > Andrés Ortega: *La fuerza de los pocos*

2

Medios de comunicación

Uno de los ámbitos que ha experimentado un mayor cambio en nuestros tiempos ha sido el de las comunicaciones, tanto físicas como de la información, y tanto en alcance como en abaratamiento (se ha calculado en un 10% anual: una llamada telefónica de Londres a Nueva York costaba 340 dólares en 1945; en 1995, 10 dólares; hoy es prácticamente gratis a través de internet). El telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión –aunque Umberto Eco considere que hoy es un signo de distinción no salir en ella–, el satélite, el PC, internet –con sus múltiples usos, entre ellos el correo electrónico, los chats y las páginas web, incluidos los *blogs*–, los móviles y otros sistemas que se ha tardado más de un siglo en construir están creando casi una nueva realidad. Pero, al mismo tiempo que acercan a los pueblos, los alejan. Permiten globalizar las minorías, las marginalidades, crear identidades en el aire, y diseminar las diferencias. Se van creando nuevos grupos sociales y, como afirma Kaplan, “nuevas divisiones a medida que la gente descubre temas nuevos y complejos sobre los que discrepar”. La cultura digital es fundamentalmente urbana, y no sólo de urbes o barrios ricos, sino también de zonas marginales, como se puede ver por la profusión de locutorios internet, lo que facilita el acceso y favorece la diferenciación. En un mundo en el que tienden a desaparecer las fronteras físicas, se crean nuevas fronteras mentales. Estamos, de la mano del nuevo panorama de medios y comunicaciones, en una intersección sin precedentes del trabajo, el ocio y las relaciones sociales, en el que los cambios mediáticos van a menudo mucho más deprisa que los políticos o incluso que los de la sociedad.

La gran revolución

Aunque la televisión sea sobre todo icónica, la revolución mediática no se puede entender sin la revolución paralela que ha supuesto la alfabetización a escala mundial. En India, pasó del 41 al 56% en las dos últimas décadas del siglo xx; en Pakistán del 28 al 43%; en Nigeria del 40 al 60%. Si bien hay entre 770 y 875 millones de adultos analfabetos en el mundo (uno de cada cinco

adultos, según la UNESCO, las dos terceras partes mujeres), y aunque en términos absolutos el analfabetismo tiende a aumentar, en términos relativos la alfabetización ha progresado. Hoy un 82% de los adultos en el mundo están alfabetizados, frente al 52% de 1950. Es el triunfo de lo escrito (lo más artificial), que paradójicamente se produce cuando la cultura de la imagen, y de la palabra hablada (ambas más *naturales* que la escritura o la lectura), es mayor. Aumenta asimismo el nivel de educación y, de la mano de estos avances, también el coeficiente de inteligencia medio. Es una revolución cultural, que conlleva un crecimiento de los deseos de escapar de la miseria de los que viven en ella, y la frustración creciente de los que no lo logran, y saben que no lo lograrán.

El concepto mismo de “medio de comunicación de masas” está cambiando. A los tradicionales, se suman fenómenos como Google o Yahoo; incluso los SMS, los mensajes por móviles y este mismo aparato, se están convirtiendo en *media*.

La diferencia entre medios globales y medios locales se está difuminando. La emisión vía satélite posibilita que casi en cualquier lugar del mundo se puedan ver programas de televisión en prácticamente cualquier lengua y de diverso contenido. El internet ha permitido la comunicación instantánea global de textos, imágenes y sonidos de todo tipo, incluidos los medios llamados tradicionales, como los periódicos, la radio y la televisión. Es, como afirma Echevarría, parte del Tercer Entorno, un «nuevo espacio social para las interrelaciones humanas», que se diferencia del Primero –entornos naturales– y del Segundo –entornos esencialmente urbanos (aunque la red es esencialmente urbana, pues el mundo, como hemos explicado, es esencialmente urbano). La globalización se podía haber hecho sin este Tercer Entorno, pero la tecnología ha querido que fuera de otro modo. El trabajo, el ocio, la religión, el odio, la violencia: casi todo se adapta a este nuevo entorno. Con algunas peculiaridades fundamentales: la televisión clásica y generalista sigue, en terminología del investigador francés Dominique Wolton, una lógica de la oferta, mientras los nuevos medios (incluida la televisión por satélite y sus canales temáticos o idiomáticos) siguen la lógica de la demanda.

Internet y la red son cosas diferentes, aunque a menudo se confundan. Internet es una red de comunicaciones (con una base física) sobre la que se asienta la web, las mensajerías instantáneas o el correo electrónico. Echevarría es de la opinión de que el medio no es el mensaje; de hecho, estamos más ante sistemas de comunicación que ante medios. La red, que apenas está en sus inicios, es muchas cosas a la vez: un medio de información, de memorización, de producción, de comercio e intercambio, de ocio y entretenimiento, de interacción, de indoctrinación, de transferencias financieras y muchas cosas más. Es un banco de información, de intercambio a menudo instantáneo, también un sustituto de la memoria, pero que a la vez puede cambiar la memoria (la natural interna como la creciente artificial externa) y llevar a un proceso de aculturación. Es un medio caracterizado por la participación activa

en el que se cruzan y deforman culturas. La red es un megáfono para muchas cosas, entre otras las ideologías radicales yihadistas o las ideas de la extrema derecha en Europa o en Estados Unidos. Pero es el medio que incorpora como ningún otro texto, imagen y sonido; el medio que ofrece más interactividad, más participación, y que puede llegar a ser tan emocional como la televisión.

Los jóvenes actuales están marcados por este fenómeno: en general, leen menos y ven menos televisión que antes, pero en cambio chatean y navegan por internet mucho más. En 2005, según un informe del Centro Pew en Estados Unidos casi 9 de cada 10 jóvenes de entre doce y diecisiete años usaban internet. Va a ser el medio dominante de sus vidas, y ya con una cada vez menor distinción por clases sociales (aunque ésta aún se mantiene por países). La mayoría de los jóvenes no leen periódicos, salvo los gratuitos (la idea de la gratuidad está fuertemente implantada en la red) y escuchan poco la radio. Reciben la información a través de la televisión, la red y sus propios circuitos, que contribuyen a generar leyendas urbanas. Es la “generación *bloggera*”, como la bautizó *The Guardian* tras una encuesta en octubre 2005 según la cual una tercera parte de los jóvenes británicos con acceso a internet tenía su propio *blog*, y la mayoría de sus autores no ha publicado nunca nada en otro medio. En Estados Unidos, un 54% de los *bloggers* tiene menos de treinta años. Es también el universo de la cadena MTV, nexos de unión de muchos jóvenes, que llega a mil millones de personas (8 de cada 10 fuera de Estados Unidos) en 164 países a través de 18 lenguas distintas. De un modo general en las sociedades, al menos en las occidentales, el número de los lectores de prensa escrita está disminuyendo, mientras aumenta el de los lectores de las páginas web de las mismas cabeceras, además de los *blogs*.

Ha habido también una revolución en la oferta televisiva: en el número y variedad de canales que ofrece la televisión digital y vía satélite. Se calcula que dos mil quinientos millones de personas tienen ahora acceso más o menos regular a la televisión en el Tercer Mundo. En 1991 sólo había un canal de televisión en India; ahora, son centenares. En el mundo hay varios miles. Hay más chinos en áreas rurales que tienen acceso a la televisión por cable o satélite que a teléfonos fijos, aunque los móviles están provocando un cambio revolucionario. Estamos dando un salto directo a la conectividad, que se está uniendo a la del acceso sin hilos a internet que supone la multiplicación de los accesos WiFi u otras tecnologías. En el inicio de la “era del acceso”, como la define el economista Jeremy Rifkin, asistimos al *Big Bang* de los sistemas de comunicación, cada vez más móviles e integrados.

Es una revolución en cambio permanente de la que sólo estamos viviendo el principio. Casi a diario hay novedades en la manera de comunicarse, ya sean los *blogs*, las páginas de vídeos personales, o cualquier otro medio. Probablemente en unos años poco tendrá que ver con lo actual. No es algo nuevo, sino que algunos observadores ya lo previeron en los años

cincuenta del siglo pasado. En sus *Lecciones sobre una Historia Universal*, Ortega y Gasset ya apuntaba:

Por causas diversas que vinieron entonces a converger, al concluir la guerra de 1914-1918 se produjo en el mundo un fenómeno cuya importancia y gravedad aún no habían sido reconocidas debidamente. Consistió en que, para los efectos históricos, esto es, de la convivencia de los pueblos, el planeta súbitamente se contrajo de suerte que los pueblos comenzaron a existir mucho más cerca los unos de los otros que antes [...]. La causa principal de esta súbita aproximación era el fabuloso progreso de los medios de comunicación. Noticias, hombres y cosas se desplazaban vertiginosamente de un punto del planeta a otro remotísimo. Consecuencia de ello fue, a su vez, que industrial y bélicamente, todos los pueblos se hicieron fronterizos.

Poco después, en 1954, concluiría (aunque creyera que fuera temporal) que el efecto, como ya hemos citado, ha sido que «nunca han sentido los pueblos menos simpatía los unos por los otros». Y eso era antes de que los medios, unidos al nuevo fenómeno migratorio, favorecieran justamente la globalización de las diferencias. Claro que, a la vez, estos medios nos permiten a todos saber más, y más rápidamente, sobre los demás.

El cable transatlántico se instaló en 1866 no sin grandes dificultades, pero en realidad no sería hasta 1956, hace tan sólo cincuenta años, cuando empezó verdaderamente a funcionar, y luego vivió una explosión con la fibra óptica a partir de 1988. Hace sólo veinte años, los 88 corresponsales mandaban sus crónicas por télex. El teléfono era caro. Hoy se usan los móviles –por satélite en algunos casos– e internet. Han sido los satélites de comunicación los que han hecho posible la aldea global, especialmente en el caso de la televisión. O siendo más precisos, lo que ha surgido no es una única aldea global, sino múltiples pueblos globales que incluso pueden dar lugar a paletos globales.

Cualquier noticia o llamamiento puede dar la vuelta al globo en cuestión de segundos. Sesenta y cuatro días tardó Felipe II, el monarca más poderoso de su tiempo, en enterarse de que había ganado la decisiva batalla de Lepanto. La noticia de la muerte de George Washington en Virginia tardó una semana en llegar a Nueva York; la del asesinato de Lincoln varios días en llegar a todo el país, a pesar de que ya existía el telégrafo; y la del disparo y muerte de John Kennedy en 1963 media hora en difundirse a más de la mitad de la población de Estados Unidos, y enseguida al resto del mundo. El 11 de septiembre lo vivimos prácticamente en directo, y, de hecho, pareció diseñado con tal fin. Y la invasión de Iraq en 2003 la hemos vivido también en buena parte en directo, aunque ello no signifique que nos estuviésemos enterando de lo que realmente estaba pasando.

Zygmunt Bauman habla de una “modernidad líquida”, en la que el dominio se juega ya no entre el más grande y el más pequeño, sino entre el más rápido y el más lento. Tanto en Europa como en Estados Unidos y Asia, el botón más gastado de los ascensores suele ser el de cerrar puertas. Como relató James Gleick en su libro *Faster* “sobre la aceleración de casi todo”, los ascensores automáticos están programados para cerrarse de dos a cuatro segundos después de pulsar el piso al que vamos, una espera insoportable para muchos que no aguantan y aprietan ese botón. No digamos ya quien espera a que llegue el ascensor. El enfado empieza a los quince segundos, y a los cuarenta la gente realmente pierde los nervios.

No sólo parece que no hay tiempo que perder, sino que no hay tiempo para nada. Tanto que en 2005 se editó –en inglés, claro–, *La Biblia en 100 minutos*, para los que creen no disponer de tiempo suficiente para leerla entera. Las 780.000 palabras (en inglés) de los 66 libros (el canon católico tiene 72) de la Biblia quedaron comprimidas en 20.000, que se puedan leer en una hora y cuarenta minutos. Pero también hay una compañía británica, Reduced Shakespeare, que se dedica a representar las obras del gran maestro reducidas a versiones de veinte minutos. Incluso hay descargas para móviles u otros aparatos de versiones en un minuto de episodios de series de una hora de duración; la Fox lo patentó con el nombre de *mobisodio*. Lo mismo ocurre con los mensajes políticos, que tienden a ser cada vez más visuales y cortos. El resultado es que pasan a ser más simplistas, más esquemáticos, lo que empobrece el debate.

La actual *compresión del tiempo* que todo esto supone se ve notablemente facilitada por internet y otros medios de comunicación. Los mercados actúan en tiempo real, y los poderes políticos y administrativos se ven también obligados a hacerlo, sin capacidad suficiente de reflexión. Más rápido no significa más veraz, y tanto la verdad como el error también se han globalizado. Esta compresión del tiempo produce asimismo un distanciamiento entre el cambio cultural y el cambio material y organizativo. Es lo que algunos han llamado el “retraso cultural” (*cultural lag*), que se produce, como en este caso, cuando los cambios en la cultura material (tecnología, transportes, comunicaciones) son tan rápidos que la cultura no material (incluida la política) no es capaz de seguirlos y pierde pie.

Vivimos la era del *pensamiento rápido*, o de la “cultura del instante” como la define Dominique Wolton. Y no sólo aqueja a los analistas, pues también se pide a los gobiernos reacciones instantáneas y soluciones inmediatas a problemas complejos. Esta aceleración se ve empujada por medios de comunicación cada vez más rápidos y ubicuos.

Steven Johnson concluye que el hecho de que las series actuales tengan más personajes, y que haya más relaciones entre ellos, lleva al espectador a volverse más inteligente. Quizá por eso el antiguo *Embruñada* resulte insoportable. Pero, a la vez, en las películas de Hollywood los diálogos tienden

a ahorrar palabras, en aras de ser más globales. Aunque siempre hay excepciones; por supuesto, Woody Allen escapa a esta regla.

Los gobiernos suelen creer que las malas noticias acaban decayendo. Y en buena parte, así es. El *ciclo del olvido* también es corto. La repetición de imágenes atroces, como las del 11-S, puede llegar a producir sensación de banalidad. Pero la realidad es terca. Los descubrimientos sobre las detenciones ilegales y torturas de prisioneros han acabado saliendo a la luz y cuestionan la guerra de Iraq pese a que su cotidianidad provoca que tantas muertes pasen desapercibidas. Los nuevos medios permiten a los manipuladores –oficiales y privados– una mayor capacidad de insertar historias falsas en ubicaciones más diversas, una técnica aprendida del sistema soviético que ahora se multiplica en sus capacidades.

Claro que un pensador como Rob Riemen puede tener más que una parte de razón al considerar que “dado que nada es duradero, todo ha de ser inmediato, nuevo, veloz [...] nada tiene sentido [...]. Es este nihilismo de la sociedad de masas el que, como un cáncer, carcome y destroza la civilización, el tejido conjuntivo de la sociedad”.

Por otra parte, las investigaciones en neurociencia tienden a señalar que la conciencia (sea lo que sea) va unas centésimas de segundo retrasada. La señal nerviosa de mover la mano se dispara antes que la voluntad de hacerlo, lo que tiene calado filosófico. Mucho antes de que llegáramos a este mundo de hiperconsumidores ansiosos, Descartes consideró qué dos factores contribuyen a avanzar: ir más deprisa que los demás o ir por el buen camino.

La escala, intensidad, velocidad y volumen de las comunicaciones globales culturales de hoy no tienen precedentes. La difusión acelerada de la radio, televisión, internet, el satélite y las tecnologías digitales ha hecho posible la comunicación instantánea. Si bien muchos controles nacionales sobre la información han perdido efectividad, otros se han reforzado. A través de la radio, el cine, la televisión e internet la gente en todos los lugares se ve expuesta a los valores de otras culturas, en un grado nunca antes alcanzado. Nada, ni siquiera el hecho de que hablemos lenguas distintas, puede detener este flujo de ideas y culturas. Pero los medios actuales muestran a todos otras formas de vida: a los ricos, las de los pobres; y a los pobres las de los más acomodados, o incluso cierto rechazo entre una forma de vida colectiva y otra. Al europeo laico le aterran los movimientos de masas islamistas –o simplemente musulmanas– y su manera de comportarse. A éstos, muchas de nuestras costumbres les parecen inmorales. Se crean resentimientos, fruto del rechazo o de la frustración derivada de la división interna de las sociedades según el nivel de consumo. En todo caso, la idea de que “todos los pueblos se hacen fronterizos” ha quedado superada; los pueblos se revuelven entre sí porque las fronteras han perdido sentido y efectividad.

Los propios medios se convierten en factores de la política y la geopolítica. En una carta del terrorista egipcio Al Zawahiri a Al Zarqawi (antes de la muerte de éste), obtenida por las fuerzas americanas, el primero le

decía a sus compatriotas iraquíes que “más de la mitad de esta guerra se está librando en el campo de batalla de los medios de comunicación”. Vivimos el llamado *efecto* CNN en la guerra del Golfo en 1991, entonces la única cadena global de noticias, nacida en 1980. Luego llegaría la BBC y el papel de la cadena Al Jazira en la invasión de Afganistán (las guerras han hecho a los canales de televisión, más que a la inversa). La cuestión palestina no era hace veinte años un asunto global. Ahora lo es, de Bali a Dakar y mucho más allá, porque los medios transportan al mundo entero las imágenes de Gaza y de Hamás, a la vez que el islam se ha globalizado. La presión para resolver un conflicto puede crecer gracias a los medios. La injerencia y la intervención global tiene mucho que ver con esto, incluso si a menudo son los medios los manipulados, y el campo de batalla incluye la información. Siempre ha sido así pero el *spin*, o manipulación para presentar las cosas desde un punto de vista interesado, se hace ahora a mucha mayor velocidad. A la vez, la mediatización y globalización de un conflicto o un problema puede dificultar su solución, como en el caso israelí-palestino. En general, los nuevos medios producen más variedad de lo que puede ser *la verdad*.

Los medios se entrecruzan y unos llevan a otros. Así, las ediciones web de muchos periódicos son ya más populares que sus ediciones en papel (lo que no significa, salvo excepciones, una mayor rentabilidad). Hay televisión por satélite, televisión digital terrestre, televisión analógica, pero también muchos canales de televisión se pueden ver ya por internet. Esto da una nueva difusión global a muchas cadenas, y a periódicos (que están cambiando profundamente en esta experiencia) y radios, sean americanas, árabes o españolas. Los chinos en China pueden ver series americanas en internet; los chinos en Estados Unidos, documentales chinos por cable.

La información que los habitantes de una zona necesitan o usan suele ser en un 90% local. Sólo un 10% viene de fuera, y no son pocos los que pronostican que la mayor parte del tráfico de internet, y la información de los medios, acabará siendo local. Entre lo local y lo global hay varios niveles de comunicación. El nacional es evidente. El europeo, no tanto, pues está bastante ausente, como ya hemos señalado.

Internet, en un principio un asunto minoritario, de carácter militar y propio de científicos y universidades, es ya un fenómeno de masas que supera ampliamente los mil millones de usuarios. El tráfico en internet se duplica cada cien días (y los móviles crecen a velocidad parecida). Si en poco más de un lustro, todo lo publicado —que no significa toda la cultura— va a estar en la red, sólo una parte de los 6.100 millones de habitantes de la Tierra tendrá acceso a ella. Con internet se está generando una nueva *arquitectura de la inteligencia*, que si no es distributiva no logrará colmar las divisiones entre los que tienen acceso a estas nuevas redes de información y los que no lo tienen.

Las telecomunicaciones globales entran en todos los países, pero no en todos los sectores de la población mundial: un 50% de la población mundial no usa nunca el teléfono fijo. Pero esto está cambiando rápidamente. Como

indica el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la revolución de las tecnologías de la información, que se hallan en su infancia, está alterando notablemente la geografía de la información –la geografía del conocimiento y del privilegio, como prefiere llamarla David Held–, y ha intensificado la corriente desequilibradora de la información, produciendo situaciones paradójicas, no sólo con internet. Así, es igual de probable que un pueblo en la China rural esté en contacto con Hollywood y la publicidad a través de la televisión, que por carretera o ferrocarril con otra localidad a tan sólo 50 kilómetros de distancia. Un 80% de la población en el mundo en desarrollo tiene cobertura móvil, pero sólo el 25% usa esos servicios.

Bien es verdad que se ha abierto una nueva brecha en el mundo entre los que tienen y los que no tienen, en este caso, acceso a la red. Es la llamada brecha digital, que algunos ven como un *apartheid* virtual entre las sociedades y dentro de ellas, pero que está cambiando a un ritmo endiablado. En Estados Unidos la población negra ha logrado un mayor acceso. Los hispanos y asiáticos también. En Europa, los locutorios y los cibercafés forman parte de esta revolución que permite acceder a más personas. El acceso está creciendo por doquier. Los cibercafés son ya una realidad cotidiana en Jordania o en un país que era tan cerrado como el Irán de los ayatolás, donde los *blogs* se han convertido en una pasión nacional.

Pero brecha hay. Y responde tanto a carencias en el acceso a la red como en formación y educación. Además de por la falta de infraestructura, a menudo el acceso se vio dificultado, no sólo por cuestiones de control político, sino también de impuestos, pues muchos países del Tercer Mundo, especialmente en el África subsahariana, imponen tasas a las llamadas telefónicas que dificultan la extensión de la red. El coste de acceso, asequible en países como India, es básico. Pero en África la revolución está también en marcha. En Nigeria, por ejemplo, en 2000 había 400.000 líneas telefónicas (para una población de 130 millones de habitantes). En 2001 se otorgaron cuatro licencias de telefonía móvil. El número de usuarios pasó a ser de ocho millones y se espera que llegue a quince millones en este 2007. En general, en África la cifra de números móviles suscritos ha aumentado en un 1.000% en cinco años. Dicha cifra partía de muy abajo. Un 80% de la población en el mundo subdesarrollado vive en zonas de cobertura de móviles, pero sólo un 25% los usa por carecer de ingresos suficientes.

La brecha, como decimos, no es sólo geográfica sino también social. La llamada Nueva Economía, de la que internet es parte, ha favorecido la creación de élites locales globalizadas, y por tanto conectadas, pero cada vez más separadas de su población. Es lo que ocurre, por ejemplo, en la India, con los que trabajan en la red o en temas conexos como la creación de *software*. Por una parte se crea una minoría globalizada y cosmopolita, y por otra una mayoría empobrecida y localizada. Para Molinuevo, el ensanchamiento de la “brecha digital” plantea una amenaza de deshumanización.

Platón en la red

El mito platónico de la caverna es probablemente el más utilizado al abordar los nuevos medios de comunicación, especialmente la televisión y la nueva realidad que se suele llamar *virtual*. (Según Gubern, la expresión “realidad virtual” fue acuñada por Jaron Lanier en 1986, pero la comunidad científica prefiere las más exactas de entornos virtuales, entornos reactivos o entornos sintéticos y realidad artificial.) Los medios son nuestras cavernas modernas, especialmente la red y la televisión. La televisión puede producir disonancia cognitiva –conflicto de informaciones en una persona–, pues la pantalla, de nuevo en palabras de Gubern, “se interpone entre la mirada humana y la sociedad”. También los medios audiovisuales deforman: ahí está el fenómeno de cómo pequeñas manifestaciones o eventos se agigantan en las pantallas de televisión con cámaras que sólo encuadran una parte de la realidad, y pueden hacer parecer a unos pocos como muchos. Es también parte de las nuevas cavernas. Estamos en el mundo de las realidades mediadas, de las cuales sólo vemos las sombras proyectadas. De algún modo siempre ha sido así, pero esta vez en un grado y una intensidad muy superior. Pero también son, en buena parte, realidades virtuales elegidas por cada cual. Vemos, en buena parte, sólo lo que queremos ver. Es la autocaverna de la Web 2.0 en la que el usuario es a la vez actor y audiencia.

Un problema es la dificultad creciente para diferenciar entre la realidad real y la realidad virtual. Ambas se mezclan. Lo virtual es ya parte de la realidad, de la de cada cual y de las colectivas. No sólo lo virtual se introduce en lo real, sino que también ocurre a la inversa, como en la película *El Cortador de Césped*, en la que el protagonista de carne y hueso, gracias a las tecnologías de realidad virtual acaba abandonando su antiguo ser para entrar en la virtualidad.

Como indica García Canclini, en un mundo en red ya no cabe plantearse formalmente la cuestión de la autenticidad. Se ha roto la distinción de Kant entre *Realität* (realidad) y *Wirklichkeit* (verdad o actualidad). Eso es lo que refleja el ciclo de las películas *Matrix*, la quintaesencia de la caverna como realidad virtual en nuestro propio cerebro (aunque en ese caso se tratara de un programa). Como alguien ha señalado, lo virtual comparte con los fundamentalismos la visión de la *tabula rasa*. En ella todo es inventable o re-inventable.

Los habitantes de la caverna de Platón no saben que están en una caverna ni que viven en ella. La gente se mete conscientemente en programas de comunidades más o menos amplias, en las que generan sus propias sombras, crean sus propios mundos virtuales y acaban perdiendo la conciencia externa que trajeron. Se integran en lo que se ha llamado *metaverso*, o universo metafísico. Jean Baudrillard describió el mundo *hiperreal*, en el que todos están tan fascinados que olvidan que su entorno ya no es real. Hay otra interpretación mucho más a ras de tierra y consumista, pero no por ello

menos interesante, que es la ya citada de Saramago en su novela *La Caverna*, que gira en torno a un centro comercial, esa otra nueva caverna.

Ahora bien, todo este contexto es propicio a un fenómeno viejo pero que los nuevos sistemas de comunicación pueden multiplicar: el peligro de la insinuación, o de la proliferación de *leyendas metropolitanas*, informaciones inventadas y falsas, pero a las que se dan crédito. El mejor remedio para prevenirse frente a estas leyendas, o para luchar contra los aspectos negativos de información falsa o indeseable, está en la base del mejor periodismo y deben practicarlo los ciudadanos: la cultura de la duda. Pero esta cultura puede estar cayendo en desuso, para acomodarse a los gustos de la audiencia.

Todo cambia: la memoria (la historia, para Bauman, es “tanto un proceso de olvido como un proceso de aprendizaje”) y la forma de inventar tradiciones también. Es la lucha por la narrativa histórica. Es muy fácil inventar una nueva tradición con cierto alcance gracias a los nuevos medios. Y que mucha gente la adopte, se la crea, incluido Bin Laden que a veces ha mostrado estar desenganchado del mundo real, aunque haya influido tanto en él.

A la vez, la red es un mundo al que cualquiera, con acceso, puede entrar de forma anónima, sin discriminación de raza, poder económico, religión, sexo o cualquier otro elemento de diferenciación. Y facilita los encuentros, sin verse la cara físicamente. Según Kaplan, esta lejanía física puede conllevar mayor brutalidad.

Las cavernas son múltiples, y la gente vive en esa multiplicidad. La red facilita la creación de mundos paralelos, desde los juegos en red al sexo *on line*, o la creación de vidas virtuales (como en SecondLife, mundo virtual paralelo desarrollado en 2003 por la empresa Linden Lab y habitado por residentes de toda estirpe), primero entre unos pocos, y enseguida entre centenares de miles. El ser humano pasa así a ser un ser imaginario. “Sin el mito platónico de la caverna –señala Molinuevo– no podemos entrar en nuestras sociedades audiovisuales, pero con él tampoco podemos permanecer en ellas”.

Umberto Eco apunta un peligro: que los medios de comunicación de masas hayan pasado de ser ventana del mundo a convertirse en espejos en los que se reflejan otros medios. Hay que añadir el fenómeno de la simulación y de la copia, que pueden llegar a crear pequeñas y grandes cavernas. Walter Benjamin lo trató de forma magistral, al criticar la reproducibilidad de la obra de arte en nuestros tiempos, mucho antes de la llegada de la tecnología digital. Benjamin abogaba por lo auténtico, por ejemplo, una pieza de música que nunca se interpreta exactamente igual. El problema de la autenticidad se incrementa en la era digital. Puede haber diferencias entre un concierto y una grabación, pero no entre una grabación y su copia exacta. Eso favorece la imitación, tanto en el arte como en los movimientos sociales. Es, por ejemplo, lo que ha llevado al nacimiento de una nueva generación de yihadistas, como los autores de los atentados en Madrid y Londres. No necesitan estar organizados: les basta con imitar. Como a las bandas latinas, tipo Latin Kings,

ahora importadas a Europa con la inmigración, pero también con la imitación, que se traslada o replica con mayor rapidez.

Pensar con los ojos

Estamos en una época donde predomina la imagen y la palabra sobre la escritura, como fue durante mucho tiempo, pero a escala global y de masas. Como afirma Molinuevo, “hace tiempo que quien educa es la palabra, pero quien forma es la imagen”. Para este filósofo, la historia de la tradición occidental ha sido la de pensar con conceptos, pero en realidad se ha tratado de “pensar con los ojos”.

El 11-S fue, en este mundo conectado por muy diversos canales, el primer acontecimiento mundial vivido en directo y planeado para la televisión. Para Zizek, que habla de “la rabia de la realidad”, el 11-S fue “la incursión del mundo real en el mundo ilusionario”.

A los adeptos se los clasifica según su nivel de instrucción, de fiabilidad, de valor [...] se familiarizan con los lugares y las costumbres de sus víctimas y, luego, una vez que el plan está a punto, golpean. Pero si bien los preparativos se desarrollan en el mayor secreto, la ejecución ha de llevarse a cabo necesariamente en público ante la mayor cantidad posible de gente.

Es una descripción exacta. Sólo que no corresponde a los asesinatos suicidas de nuestros días, sino a la que el escritor libanés Amin Maalouf realiza en *Las Cruzadas Vistas por los Árabes* de la forma de actuar de los *hashshashin*, la secta creada por Hassan i Sabbah en 1090. Y añade: “Por eso el lugar predilecto era la mezquita y el viernes”. El 11-S fue Manhattan y sus dos grandes símbolos gemelos, en un ataque que buena parte del mundo vivió en directo por televisión. En otros lugares, con otros conceptos. El atentado del 7 de julio de 2005 en Londres se vivió de otro modo, pues fue básicamente en el metro, en el interior de la tierra, sin imágenes. Fue también el horror de la no imagen.

La orientación de estas imágenes supone asimismo nuevas formas de identidad. Uno de los mayores horrores actuales son los vídeos de ejecuciones por decapitación de rehenes a manos de yihadistas en Iraq y Arabia Saudí. Es un fenómeno nuevo, que busca generar repugnancia y revolver los estómagos de las sociedades abiertas aprovechando su vulnerabilidad psicológica. La grabación en vídeo y las fotografías de estas ejecuciones, y su difusión inmediata y global por internet o por algunas cadenas de televisión, persiguen este objetivo. Es una táctica muy pensada y elaborada, que tiene mucho de ancestral, pero también mucho de moderno. En sus textos, el islam avala este tipo de ejecuciones. Conviene recordar también que Europa sólo dejó de practicar tardíamente la decapitación en la pena capital (el último guillotinado

en Francia fue en 1977). Pero el hecho es que la demanda de estos vídeos de decapitaciones en internet ha crecido sobremanera. Es parte de la búsqueda de identidades sin raíces. Es también, por desgracia, parte del espectáculo, de esa “violencia espectacular” y “teatralización de la violencia” de la que habla el alemán Mark Juergensmeyer. Baudrillard consideró que el terrorismo es “peculiarmente moderno”, debido al impacto que tiene en las mentes de la gente gracias a los nuevos medios de comunicación. Para el pensador francés, el terrorismo actual proviene “menos de la pasión que de la pantalla: una violencia en la naturaleza de la imagen”. Para el arabista francés Gilles Kepel, el 11-S fue “la versión catastrófica de la política de espectáculo y populista que nos encontramos en las democracias occidentales”.

La imagen espectacular también puede generar compasión. Se vio claramente con el *tsunami* que devastó el sudeste asiático a finales de 2004. Este fenómeno provocó una burbuja de generosidad, de la mano de un doble hecho: las imágenes en la televisión y la facilidad de hacer donaciones inmediatas a través de internet: un acto de “filantropía personal instantánea”. Si en 1755 el terremoto de Lisboa causó más de cincuenta mil muertes, una cifra de enormes proporciones hoy y más aún entonces (casi una cuarta parte de la población), y provocó entre los ilustrados un debate sobre la teodicea, la justificación de Dios ante el hecho del mal en el mundo (de la que se mofó Voltaire en su *Cándido*), el desastre del *tsunami* pudo suponer la primera respuesta global ante un desastre también global, como lo llamó el entonces secretario general de la ONU, Kofi Annan, pues entre las víctimas había varios millares de turistas.

El pensador Alexis de Tocqueville constató que “pacientemente aguantado mientras parecía de imposible reparación, un agravio llega a ser intolerable en cuanto la posibilidad de suprimirlo se presenta en la mente de los hombres. Porque el simple hecho de que ciertos abusos se hayan remediado atrae la atención sobre otros, que entonces parecen más indignantes; la gente puede que sufra menos, pero su sensibilidad se exacerba”. Lo que valía en el siglo XIX se ha multiplicado con la instantaneidad e impaciencia del XXI.

Los avances en las neurociencias pueden llevarnos también a aclarar al menos una parte del impacto diferente de los distintos medios. La lectura, como decíamos, no es una habilidad natural, sino aprendida, quizá la más abstracta. Sin embargo, la comprensión de las imágenes en cine o en televisión, o de imágenes en cualquier forma, incluidas las que se pueden ver por internet, sí se realiza de forma natural. El científico David Dobbs ha explicado cómo unas neuronas llamadas «espejo», de reciente descubrimiento, sirven para aprender de los demás expresiones faciales o gestos físicos a través de la imitación. Parece ser que los seres humanos somos grandes imitadores gracias a estas neuronas (también presentes en otros animales). Las investigaciones futuras nos dirán si estas células nerviosas intervienen en los fenómenos de empatía que se dan a través de los medios de comunicación

basados en imágenes. Quizás esas neuronas impulsaran el avance de las culturas humanas hace cincuenta mil años, y sigan haciéndolo; quizá sean la base de la socialización, pero también de la socialización indirecta a través de estos medios, que puede asimismo llevar a aberraciones, ya sea a través de la imagen de violencia y decapitaciones del nuevo terrorismo, o a través de videojuegos violentos que a un nivel básico neuronal asocian placer y dolor. Esta “violencia imitativa” es a menudo inconsciente pero difícil de parar.

Los nuevos señores feudales

Según Manuel Castells “las batallas culturales son las batallas por el poder en la era de la información y se libran principalmente en los medios de comunicación”, pero, añade el sociólogo, “los medios no son el lugar donde se basa el poder”. La realidad está mediatizada por el poder, a veces de los gobiernos, otras de grandes grupos de comunicación, otras de organizaciones más pequeñas, a menudo de individuos o pequeños grupos. Es verdad que las radiofrecuencias, claves de la conectividad mediática, son la “propiedad más valiosa en el siglo XXI”, como las define Rifkin, y de ahí las luchas que se desencadenan para su posesión, sea para el uso de móviles, emisoras de radio o televisión.

En cierto modo, estamos viviendo un nuevo feudalismo. Hace más de un cuarto de siglo, Eco y otros teóricos italianos apuntaban ya a este fenómeno al vislumbrar lo que entonces calificaban como una nueva Edad Media. Imaginaban en un futuro hipotético una catástrofe no natural sino derivada de la implosión de algunos complejos sistemas de organización social, en la que sólo sobrevivían al consiguiente caos social los centros que disponían de servicios privados de seguridad: los nuevos castillos en torno a los conglomerados tecnológicos. El desarrollo de estos servicios es un signo de nuestros tiempos. Pero también la constitución de conglomerados, son nuevos señores feudales –“los señores del aire” los llama Echeverría–, entre los que se pueden incluir los grandes grupos multimedia y de telecomunicaciones. Como entonces, estos castillos y sus señores pueden ser más grandes o más pequeños.

Estamos ante un proceso de concentración de medios de comunicación sin precedentes, aunque a la vez hay mayor diversidad que nunca, y los nuevos medios favorecen la pluralidad (que otros llaman democratización, aunque ésta no es la palabra adecuada). De los siete mayores conglomerados mediáticos transnacionales –y ésta es una novedad–, cuatro están constituidos fuera de Estados Unidos: hay uno australiano (News Corporation, de Rupert Murdoch, aunque se puede considerar también americano), uno francés, otro japonés y otro alemán (Bertelsmann). El sector mediático y de las comunicaciones tiende a estar menos regulado que antes; desde luego en las democracias, pero también a escala global. En los prolegómenos de la llegada al poder de Tony Blair en el Reino Unido, éste pactó previamente con

Murdoch, cuyas cadenas (como Fox) y periódicos tuvieron un impacto decisivo en el apoyo, por ejemplo, a la invasión de Iraq. Sería impensable un referéndum sobre la Unión Europea en el Reino Unido con los medios del no británico Murdoch en contra. La existencia de medios poderosos transnacionales, señores del aire que atraviesan fronteras, puede debilitar incluso las identidades tradicionales fuertes.

Son tantos los intereses que los grandes grupos multimedia tienen que defender, que a menudo cada uno de los medios que los conforman pierden independencia. Y esto ocurre en un período en que surgen otros caballeros andantes solitarios que pueden contribuir a esta independencia. Ésta es otra gran novedad. Hay que tener en cuenta, sin embargo, que muchas de las publicaciones independientes que han proliferado en los últimos tiempos en la red tienen un grado de dependencia mayor de los intereses concretos que los financian que muchos de los grandes medios tradicionales. Pero sin duda ha surgido un nuevo tipo de comunicación que plantea un serio reto a las cabeceras tradicionales. Los *blogs* son un ejemplo, pero también otras páginas y dominios donde la gente –con frecuencia en gran número, que no se conocen entre sí y que puede estar a una enorme distancia física– comparte información y experiencias al margen de los medios tradicionales. Mal que le pese, la profesión periodística –los sacerdotes del nuevo feudalismo– se ve obligada a cambiar para seguir atrayendo a los lectores (y anunciantes). De la nada, en muy poco tiempo el número de *bloggers* ha superado los cien millones en todo el mundo. La lectura –en general la lectura de casi todo lo que está en papel– de la prensa tradicional cae en Occidente (no en las economías emergentes). Evidentemente, los señores feudales han reaccionado también, y todos los grandes grupos se han lanzado a generar sus propios *blogs*.

Aunque las cadenas de televisión, tanto públicas como privadas, han ido creando las plazas de Telépolis como las llama Echeverría, el Tercer Entorno es un espacio social heterogéneo, diferente del de los Estados-nación. Es poder difuso. Los Estados no tienen el monopolio de la violencia legítima en este Tercer Entorno (y en los dos primeros lo van perdiendo también, fruto de esa feudalización), aunque todavía mantienen una importante capacidad regulativa. A diferencia de los señoríos y urbes reales, Telépolis es una ciudad desterritorializada, pero el Tercer Entorno, según esta visión, tiene fronteras, aunque de otro tipo. Ese autor observa que en el medievo hubo «amplios espacios de libertad, e incluso de libertinaje, más o menos tolerados por los señores feudales». También ahora, “el auge de la cibercultura no es incompatible con la estructura neofeudal de poder actualmente vigente en el Tercer Entorno, sino todo lo contrario”. Favorece los clanes, las tribus, reales y virtuales. Y los señores feudales. Como informa Michael Copps, miembro demócrata de la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos, en su país los veinte sitios más importantes de noticias en internet son propiedad de “los sospechosos habituales”, que se han hecho aún más fuertes por el proceso de

concentración que se ha desarrollado en los últimos tiempos. Martin Sorrell, cabeza del grupo publicitario británico WPP, alerta contra lo que llama “anarquistas socialísticos”, que compiten contra los grandes y dificultan la acción y los negocios de los grupos mediáticos, por lo que recomienda a éstos que apuesten por conservar e impulsar talentos.

Los medios son espacios públicos, o al menos espacios civiles, aunque su propiedad sea privada, lo que fuerza a una redefinición de la esfera pública. Algunos pensadores influyentes, como Habermas o Bauman, alertan contra la invasión, conquista y colonización de la esfera privada *Medios de incomunicación* por “lo público”, y en ello, los medios tienen un papel fundamental. Es necesario volver a definir lo que es la esfera pública.

Para Eco, la multiplicación de medios y canales –como hemos visto, de unos pocos a miles en unos años– obliga, por una parte, a “transformar en noticias lo que no son noticias, sino hechos marginales sin relevancia”. Sobre todo, si hay imágenes. A veces, algunos eventos se convierten en noticia sólo porque hay imágenes de ellos. Además, al contrario de lo que ocurría antes, la prensa escrita se ha convertido en esclava de la televisión y de la radio, y últimamente de la red. Basten unos ejemplos. En muchas redacciones de periódicos europeos, al menos en las secciones de Internacional, se tienen constantemente abiertos los canales de la CNN y/o la BBC en los televisores, y muy a menudo la BBC en su versión web en las pantallas de los ordenadores. Este hecho otorga a esos medios una influencia indirecta enorme. Del mismo modo que la cadena Al Jazira influye sobre los medios árabes. Asimismo, los redactores y comentaristas de muchos de los grandes medios, sean escritos, radiofónicos o de televisión, empiezan muchas veces su jornada consultando los *blogs* de mayor reputación. Pues hay *blogs* y *blogs*, y algunos de ellos son más atractivos y afamados que otros.

Si Eco se pregunta si hay alguna diferencia entre “un periódico que diga todo lo que uno no puede leer y un periódico que no diga nada”, en referencia a *The New York Times* y al antiguo *Pravda*, también se puede considerar que un exceso de información es como estar mal informado. Prima un estallido de la información, en el que con frecuencia “la verdad” desaparece, sustituida por un cúmulo de opiniones, interpretaciones, cuando no manipulaciones. Muy a menudo los medios compiten para tener lo mismo que los otros. A la televisión, señala Gubern, “tiende a repugnarle la diversidad”. En muchas ocasiones se trata de un patrón único de programa convenientemente adaptado a las realidades locales: por ejemplo los concursos *Gran Hermano* o *¿Quién quiere ser millonario?* O las versiones de la CNN, veintidós en la actualidad, una en turco y dos alemanas. Incluso el conjunto de red de cadenas de la CNN está menos americanizado. En 1996, un 70% de su contenido era americano; ahora sólo un 8%. Los programas de mayor audiencia en cada país suelen ser locales, pero los programas globales (salvo algunas excepciones) suelen ser americanos.

Por supuesto, no hay que olvidar la importancia de los nuevos medios en la simplificación del mensaje y en las campañas políticas. Howard Dean inauguró esta tendencia, especialmente en el campo de las recaudaciones, en la campaña para las primarias en las presidenciales estadounidenses en 2004, y que ha llevado a considerar la red como “otro poder político”. En realidad, es un medio de comunicación de un uso cada vez más creciente en política.

En las últimas campañas electorales en España, casi todos los partidos, desde luego los dos grandes, enviaron constantemente consignas e instrucciones desde sus sedes a sus miembros activos como arma de reacción ante acontecimientos y *fijar la línea*, con una rapidez nunca lograda con anterioridad. Desde España a Filipinas, a Estados Unidos o a Venezuela, ha nacido una nueva forma de hacer política con los SMS. Sin embargo, las protestas de los estudiantes iraníes en 1999, conectados por teléfonos móviles, se desbarataron cuando el gobierno cortó estas comunicaciones, un acto que resultará cada vez más difícil con los avances tecnológicos. Otro ejemplo se dio en 2006 con la explosión de violencia que estalló en Sao Paulo, que tuvo una parte improvisada y otra de órdenes dadas desde las cárceles por criminales a través de teléfonos móviles. La conjunción de cárceles superpobladas y teléfonos móviles (en principio prohibidos en esos recintos) es otra característica de la época en muchos países.

La guerra de Iraq, o mejor dicho la resistencia a la guerra de Iraq, se ha librado en buena parte en la red: allí llegaron las fotos de las torturas en Abu Ghraib, y allí se cuelgan muchas otras imágenes de esta y otras guerras (por ejemplo a través de la página YouTube), lo que constituye una nueva forma de protesta. Es la rebelión de los pocos que, gracias a estos medios, se juntan y se transforman en muchos.

La rebelión de los pocos

Efectivamente, otra característica de los tiempos es cómo, gracias a los nuevos medios de comunicación, los pocos, individuos y minorías conectados, se vuelven muchos, se globalizan e incluso se masifican. Es lo que Appadurai llama la asimetría entre el poder de los números pequeños, y el temor a ellos, de una forma totalmente distinta, opuesta, a como tradicionalmente han mandado las élites. La autoridad se descentraliza y crece la centro-organización. El resultado de la rebelión de varios pocos frente a los anteriores constreñimientos es la creación de movimientos reales o virtuales de masas.

Keohane y Nye apuntan que la política va a influir tanto en la revolución de la información como viceversa. La dimensión deliberativa de la sociedad, más incluso que de la democracia, puede aumentar. Además, la red contribuye a la desterritorialización de la política. La nueva comunicación lleva a un retroceso irremediable de la primacía de la soberanía nacional, sin un principio alternativo. Ese eventual sustituto saldrá de la interdependencia

creciente entre los Estados, que creará progresivamente nuevas obligaciones, que a su vez darán cuerpo a la noción de responsabilidad, y entre movimientos transnacionales. Este fenómeno totalmente nuevo articula de modo diferente un sistema internacional en el que realmente no manda nadie, ni siquiera la hiperpotencia que es Estados Unidos. Desde hace años con la globalización los Estados vienen perdiendo poder hacia abajo (con los procesos de descentralización), hacia arriba (con los procesos de integración, aunque a menudo, compartiendo soberanía con otros recuperen poder) y hacia los lados (hacia las sociedades y los mercados). Poder duro (militar) y poder blando (cultural y económico). Se avanza hacia una forma de gobierno en varias capas, un elemento más de la difusión de la autoridad política. Internet favorece esta pérdida de poder lateral, que, a la vez, está ayudando si no al nacimiento de una ciudadanía cosmopolita, sí al menos de una sociedad civil transnacional.

Internet es un factor más en la nueva distribución del poder público, que cobra una nueva complejidad en tanto los Estados compiten con otros Estados, como es tradicional, mas también con organizaciones de todo tipo: empresas, grupos y con individuos por influencia e información. Los gobiernos también utilizan la red para difundir sus posiciones y textos reduciendo su dependencia de intermediarios. Los usuarios, nuevo concepto, tienen poder, pues se convierten en generadores de contenido en la Web 2.0.

Ahora bien, estamos lejos de una ciberdemocracia planetaria, pese a la necesidad de una gobernanza global pues los problemas ecológicos son mundiales, la ciencia es mundial, la comunicación es mundial, pero la ley, la justicia y las instituciones siguen fragmentadas y esencialmente locales. Sin embargo, tal y como señala el cenalista británico Geoff Mulgan, la interconexión facilita que los gobiernos unan sus fuerzas y operaciones para superar los límites que suponía la anterior organización de la era industrial. Pero si la red facilita, que no garantiza, la gobernanza global, ésta no tendrá un centro de operaciones, sino que funcionará como funciona el cerebro, coordinando, pero sin un centro aparente. Es el “minimalismo en red”, la formación de una gobernanza global mínima que algunos creen discernir.

Sin embargo, los regímenes de armonización de estándares en el plano mundial y de mecanismos de solución de controversias internacionales no se han visto aún favorecidos por la existencia de internet, entre otras razones porque Estados Unidos se resiste a compartir soberanía con otros países o transferirla a otros organismos internacionales, ya sea la ONU, la Corte Penal Internacional o, incluso, la Oficina Mundial de Propiedad Intelectual, a la que Estados Unidos se niega a dar capacidad legislativa, pese a ser uno de los países cuyas empresas pierden más en pirateo de programas informáticos. Este factor, sumado al hecho de que la red es un sistema descentralizado, favorece la multi-jurisdicción, cuando no la a-jurisdicción.

“Lo importante –como señala Echeverría– no es la distancia ni la extensión, sino las conexiones y los círculos que enlazan unos nodos con

otros”. A este respecto, los desarrollos de los últimos años resultan asombrosos, y reflejan la influencia del cambio tecnológico en el cambio social. Internet –ya sea a través de páginas web en las que uno se informa, se forma o se deforma, o a través de los *blogs*, *chat* y otras maneras de comunicación– se ha convertido en un medio de comunicación y actuación social, que refuerza el surgimiento del llamado “periodismo ciudadano”. También los móviles, ya sea a través de conversaciones, de mensajes SMS o incluso de llamadas perdidas. Son sistemas de comunicación que de forma creciente también utilizan los dirigentes mundiales o locales, comunicándose por correo electrónico o por mensajes a través de teléfonos móviles.

Howard Rheingold, experto en tecnologías de la comunicación, cree que estamos ante un nuevo medio de organización social, con nuevos canales comunicativos y nuevos códigos. En un siglo, la humanidad ha construido un sistema de comunicación planetario en forma de cables tradicionales, satélites y cables de fibra óptica, al que en apenas unos años se ha sumado un sistema de comunicaciones inalámbrico (aunque requiere antenas en tierra o satélites). Esta infraestructura ha generado nuevos fenómenos, inexistentes hasta muy recientemente, como son las redes de persona a persona (P2P Peer two Peer, para intercambiar ideas, experiencia, información, música o vídeos) y las comunidades virtuales en lo que puede considerarse como nuevos bienes públicos. Como afirma Rheingold, el profundo potencial transformador de la conexión entre las tendencias sociales de la humanidad y la eficacia de las tecnologías de la información radica en la posibilidad de hacer nuevas cosas juntos, de cooperar en escalas y modos que antes no eran posibles, y que cambian la escala de la cooperación. Es el planeta relacional. Pero ahora, casi cabe decir que sin intermediarios, o con menos intermediarios en todos los órdenes. Hay páginas web para cualquier gusto. Son sitios para las audiencias fragmentadas propias de nuestro mundo.

Los nuevos medios permiten a gente dispersa con intereses comunes ponerse en contacto. Las minorías sumadas acaban siendo no mayorías sino masas, en todo caso muchos (hay quien sabe cómo hacer ruido, en la red u otros foros, y que los medios le hagan caso). Todo ello favorece la diversidad a escala global, pero también local. Los espacios internos de minorías, a menudo relegadas o socialmente excluidas, tienen sus propios medios, mayoritariamente en radio, a veces en la televisión e incluso en papel, y desde luego en la red. Hay mucha prensa local para inmigrantes en sus idiomas, desde el árabe hasta el chino. También permite reforzar las redes transnacionales entre los miembros de las diásporas habituales, como los chinos o los libaneses, y otras menos habituales que vienen con las nuevas migraciones.

Se va tejiendo así una sociedad civil transnacional en buena parte sobre la red, aunque también sobre otros medios de comunicación. Barber llama a esta nueva política la “batalla por el corazón de la sociedad civil”. Este corazón no es el mercado, ni el gobierno, sino que puede girar en torno a ese

tercer sector, ni público ni privado, ni gubernamental ni comercial, más desarrollado (aunque en retroceso) en Estados Unidos que en una Europa que, con alguna excepción, no ha sabido liberar todo el potencial de dinamismo que contiene. Es el mundo de las ONG, de las fundaciones, de la defensa de los ciudadanos, del voluntariado, de los centros independientes de reflexión, etcétera, que tiene en internet una poderosa herramienta.

La capacidad de intercambios y coordinación se ve incrementada, tanto entre las organizaciones (O2O), sean empresas u otras, como en las relaciones de persona a persona (P2P). Es *la napsterización* (por utilizar el nombre de una de las primeras empresas que ideó este sistema de intercambio de música entre usuarios) de la política. Y ahora mucho más. Son auténticamente P2P, pero que por el número de los que se relacionan –por el doble proceso de vinculación y agregación–, se transforman en nuevos medios de comunicación de masas, que crean grupos de, literalmente, interés (que pueden llegar a convertirse en grupos de presión), nuevas comunidades virtuales en torno a muchas cuestiones. Así surgen tribus virtuales (de hecho hay una, TRIBE, que empezó en San Francisco y que se está diseminando a escala global). En Japón, por ejemplo, las páginas web se usan para provocar suicidios en grupo (el suicidio es la causa más común de muerte entre los japoneses de entre veinte y treinta años).

Este fenómeno tiene su lado oscuro, y efectos nada benévolos. Al Qaeda, a su modo, también es una ONG. Las bandas neonazis cobran una mayor difusión, alcance y coordinación gracias a la red, fomentando lo que el Informe Raxen llama un “ciber-odio racista”. Y así funcionan gran parte de las crecientes actividades ilícitas, estudiadas por Moisés Naím, que ponen en peligro los sistemas políticos democráticos.

En nuestros días ser es estar conectado. También se podría decir: clickeo, luego existo. O, como dicen los americanos, *If you are not in, you're out*. Es otro nivel de la sociabilidad intrínseca de los seres humanos (que tiene mucho que ver con el miedo a la soledad y el miedo al silencio que apunta Gubern). Bien es verdad que, a la vez, la sociedad moderna a menudo reduce los contactos humanos directos. Se pierde *capital social* de un tipo (contacto directo físico), y se gana de otro (contacto virtual, muy a menudo con un alcance mucho más amplio, en primer lugar en materias lúdicas como siempre ha sido). Hay un nuevo espacio-temporal para las interrelaciones sociales y humanas, incluida la amistad, y quizás un gran cambio que señala Echeverría es que no hay Robinson posible en el Tercer Entorno. Se navega, pero sin condición de naufrago (aunque esta condición persista en su sentido radical y vital, orteguiano). Las nuevas comunicaciones cambian el modo de reunirse, de emparejarse, de trabajar, de hacer la guerra, de comprar y de vender. Pero, frente a lo virtual, el aislamiento real puede crecer con la red.

La nueva era de sociabilidad y de participación rompe los esquemas jerárquicos tradicionales. Como hemos indicado, frente a los grandes medios, hay ahora otros, como los *blogs*, como hemos apuntado. En cuanto a la familia,

ésta se disgrega en el interior del hogar. Frente a la familia sentada en torno a un único televisor y programa, los integrantes de la unidad familiar actual se dispersan, unos para ver un programa de televisión, otros para ver otro canal, otros frente a los PC, u otros artefactos. La famosa convergencia de medios (que en la Web 2.0 no es de aparatos si no de redes, según el presidente de Google, Eric Schmidt), ha producido un estallido casero. Y también social. Pues la televisión unía, y los grandes programas siguen uniendo de manera indirecta o pasiva a todos los millones que los ven simultáneamente, ya sea una serie, un concurso o un partido de fútbol. “La televisión sirve para hablar”, recuerda Wolton. Pero la multiplicación de redes y canales está ya rompiendo esta unidad. La gran novedad de la conectividad tiene una doble dimensión: por un lado la manera como los desconocidos se conectan en masa. Y por otro, el hecho de que unos pocos también pueden hacerlo, formando unos muchos. Ball nos habla de “mundos pequeños”, de redes que nos unen.

Los pocos pueden llegar a tener influencia global gracias a la proyección agigantada por televisión y también a esta nueva conectividad. En primer lugar porque se juntan. Luego porque sus mensajes y efectos pueden llegar a cualesquiera, aunque sean pocos, en cualquier lugar del mundo. Como veremos, de esta capacidad se nutre una red como Al Qaeda.

Lo ocurrido en España entre el atentado en Madrid del 11 de marzo de 2004 y la jornada electoral tres días después constituye quizás uno de los mejores ejemplos del cambio acaecido. Entre el 11 y el 14 de marzo irrumpieron en la política española nuevos medios de comunicación que ya estaban ahí y que no sustituyen a los tradicionales pero sí se añaden a ellos. Por una parte internet y los *chats*. Por otra, la profusión de los SMS, los mensajes escritos por teléfono móvil que, nunca mejor dicho, movilizaron a mucha gente en lo que alguno ha llamado “día de conexión” más que “día de reflexión”. No fue un recurso únicamente de las *tribus urbanas* de adolescentes. Como lo describió un estudiante, hubo “un momento en que parecía que toda España sabía que había sido Al Qaeda, menos el ministro del Interior”.

Estos nuevos medios de comunicación y organización, y el efecto multiplicador del “¡pásalo!”, se habían dejado ver antes en las manifestaciones antiglobalización (movimiento que, no por casualidad, ha sido posible gracias a la globalización mediática) en Seattle en octubre de 1999, o en las movilizaciones por SMS para derrocar al régimen de Estrada en Filipinas en enero de 2001, en el que el presidente se consideró derribado por un “golpe de texto”, y que luego veríamos desde Ucrania hasta Líbano en 2003-2004. John Gray lo califica de *Worldwide Web of Discontent* (una red Mundial de Descontentos). La red les permite comunicarse, concertarse, ser tenidos en cuenta.

Las manifestaciones contra la guerra de Iraq se mundializaron en buena parte gracias a los medios, así como también las famosas caricaturas de

Mahoma publicadas por un diario danés que tanto furor causaron en el mundo musulmán.

Un movimiento como el zapatista de Liberación Nacional, desde Chiapas, fue uno de los primeros que supo conectar con el mundo entero a través de internet, y en contra del gobierno de su país, el «primer movimiento guerrillero informacionab» como lo define Castells. En todo caso, la red está dinamizando el surgimiento de movimientos globales, con una influencia creciente en la política internacional, y los nuevos medios de comunicación, también movimientos domésticos o nacionales. Ha permitido, por ejemplo, por vez primera a escala nacional, la manifestación en 2005 de un movimiento de reivindicación de los hispanos en Estados Unidos. Asimismo, ha facilitado que afloraran otros como el fenómeno indigenista en América Latina.

Éstas son consecuencias democráticas y libertarias de los nuevos medios, pero hay otras funestas: por ejemplo, la detonación de las bombas del 11-M a través de los móviles. La red es un instrumento muy útil para los terroristas planetarios e incluso los locales. Por otra parte, en la política *normal*, los argumentos y las consignas se simplifican al máximo cuando han de entrar en un SMS de caracteres limitados. Y por internet, el correo electrónico o los *chats* permiten que circulen no sólo noticias verdaderas, sino auténticos bulos o intoxicaciones deliberadas, cuyo efecto se multiplica cuando rebotan de la red al periódico y a la radio, o en cualquier otro orden, televisión incluida. La Primera Regla de Internet es que “la gente tiene mucho que decir y mucho tiempo para decirlo”.

Siva Vaidhyathan, autor de *El Anarquista en la Biblioteca*, un análisis de las implicaciones de las redes electrónicas P2P, señala que estamos viviendo un cambio importante de la oligarquía a la anarquía informativa, aunque no sea completamente una novedad pues hubo precedentes en la chismorrería sobre la familia real durante la Revolución francesa, o en el modo en que, gracias a la difusión de sus mensajes grabados en casetes, el ayatolá Jomeini consiguió preparar la revolución islámica de 1979 en Irán.

Es lo que el investigador americano Robert Wright llama la “inevitabilidad número uno: la diseminación inexorable de las tecnologías del tribalismo”. Basta para ello un ordenador y una conexión telefónica. Los *hackers* tienen su identidad, pero no son los únicos, otros también la tienen. Hay páginas web para todas las tendencias, desde los salafistas a los padres que se unen para combatir una misma enfermedad de alguno de sus hijos, ya sea autismo o Alzheimer. No es necesario que todos tengan acceso a internet (que ha crecido también en locutorios en el Primer y Tercer mundos); basta con que unos lo tengan y distribuyan esa información entre amigos o conocidos. Se crean así nuevas solidaridades y lo que Friedman llama “comunidades colaborativas autoorganizadas”. Son muchos los expertos que creen que estamos asistiendo al surgimiento de una inteligencia colectiva que podría crecer con la ciberdemocracia. Y todo ello, libre y gratis. ¿O no? Pues advierte el estadounidense Lawrence Lessig en *Free Culture*, un libro sobre la

cultura gratuita que subió a la red en abierto, además de venderlo en papel: “La línea de separación clara entre lo libre, lo gratuito y lo controlado se ha borrado”.

No se trata sólo de un fenómeno social, sino también económico. “El poder de nosotros”, en palabras de Robert Hof, cuando hay más de mil millones de personas conectadas a la red que cobran así una nueva fuerza, con la colaboración en masa que se establece en su seno (y que causa impacto también en la manera de hacer negocios). Es el paso del P2P, del uno a uno (el correo electrónico), del uno a muchos (la televisión, la web), y ahora de muchos a muchos (compartiendo archivos de todo tipo). Cambia el modelo económico: por ejemplo en el negocio de la música (con el intercambio gratuito, y ahora el pago por *bajarse* canciones), en el de la publicidad, o en el de las llamadas telefónicas (hay sistemas que permiten conversar con cualquier otro usuario conectado a la red a un precio casi nulo y una calidad mejor que las líneas tradicionales). Este poder de las masas conectadas altera el comportamiento social y económico ya que por ejemplo permite comparar precios. Y también compartir programas de código abierto. James Surowiecki habla de “la sabiduría de las multitudes”, pero Hof advierte contra el gobierno por las masas (*mob rule*). En todo caso, es un cambio en la estructura del poder que incide en el momento de la crisis del intelectual tradicional y la conformación del intelectual digital.

La globalización de las diferencias

La globalización, como venimos observando, está transformando el contexto a través del cual se producen y reproducen las culturas nacionales y particulares, y cuyas consecuencias resultan aún difíciles de entrever. A la vez, como señaló Gray, «al calificar a Al Qaeda de “esencialmente moderna”, cabe considerar que la modernidad no fomenta la uniformidad, sino más bien lo contrario: las diferencias, o el deseo de diferencias, desde el localismo a los nacionalismos, etnicismos o fundamentalismos». Dentro de estas tendencias, internet está facilitando el proceso de tribalización, de búsqueda de pertenencia a una tribu virtual, que refuerza lo que parecen ser tendencias naturales humanas al tribalismo, aunque sean tribus en cambio constante. Las singularidades se universalizan. Los similares tienen más facilidad para reconocerse entre ellos a distancia. La globalización, en contra de lo que se suele decir, da nueva vida a los particularismos, a la vez que a un cierto cosmopolitismo. Es lo que se denomina problema del *narrowcasting*, con la multiplicación de los canales especializados en televisión y de páginas en la red. Y que puede dar lugar –según Wright– a un tribalismo moderno, supernacional o infranacional, unas comunidades virtuales pero de gestión más difícil.

Con los nuevos medios de comunicación, las identidades locales, las ONG que promueven los derechos humanos o luchan contra el

armamentismo, las culturas étnicas e incluso las sectas o los grupos indeseables pueden tener una proyección global. Es decir, que se dan a la vez las singularidades y la globalización de estas singularidades. Lo que lleva a que nunca hemos tenido tantas posibilidades de conocernos, y, sin embargo, nos conocemos muy poco. Así, las encuestas del Latinobarómetro y del español Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) reflejan lo poco que los españoles y los latinoamericanos sabemos los unos de los otros.

La red, como la multiplicación de canales de televisión, produce a la vez más globalización y más localismo. Puede favorecer la parcelación, al tiempo que la unificación, y, asimismo, forzar la apertura de sociedades cerradas, si no se quieren quedar al margen de este aspecto esencial de la globalización. Bill Gates lo vio muy pronto. Otros pioneros también. La capacidad de comunicarse, y de recibir, en distintas lenguas crece. La posibilidad de preservar culturas y lenguas entre los migrantes ha aumentado. Su capacidad de no integración en las sociedades de acogida, también. Cualquier periódico *on line* (casi todos los periódicos tradicionales tienen su versión en la red, a la vez que aumentan los que sólo la tienen en este medio) puede ser leído desde cualquier parte del mundo. Y también han hecho su aparición lo que llamamos culturas desarraigadas, impulsadas con el efecto multiplicador de las migraciones y los medios transnacionales, además de locales.

Negroponte acuñó hace tiempo el concepto del *Diario Yo* (*Daily Me*, que también podría llamarse *TV Me* o simplemente *Medium Me*), a saber, la capacidad de cada cual de seleccionar las noticias o el tipo de información que recibe, según sus gustos o preferencias, mucho más allá de la elección de un periódico o emisora de radio de una tendencia o características, o de la hasta hace no tanto limitada elección entre canales de televisión, y ahora disparada con las emisiones digitales, como va a pasar también en la radio. Uno se puede bajar a sus sistemas portátiles no sólo la música que quiere, sino también comentarios, o incluso, como ha empezado a hacer el Vaticano con sus *podcasts* (grabaciones para bajarse de la red a sistemas portátiles para escucharlas cuando venga bien) oraciones y comentarios para cada día. Estamos ante una era de elección sin precedentes. En principio, es algo bueno. Pero también puede llevar a que la gente se cierre, a evitar las sorpresas que suelen brindar los medios más señoriales, más *tradicionales*, lo que favorece la diferenciación y la pérdida de puesta en común de experiencias. El profesor Cass Sunstein, en su libro *Republic.com*, alertó del peligro que supone exponerse sólo a la información que uno quiere (que se refuerza con la cerebral “propensión inconsciente a la confirmación” de nuestras preferencias políticas, ya mencionada). Los medios más tradicionales, en los que no se puede seleccionar tanto lo que uno quiere leer, tienen una ventaja fundamental: aportan noticias inesperadas e indeseadas. Sorprenden (o deberían hacerlo). En la actualidad son los *blogs* o YouTube los que cumplen esta misión.

Más allá de este fenómeno, hace unos años apuntábamos que los nuevos medios, además de unificar, facilitan la reproducción de las diferencias culturales, tendencia que con el tiempo se ha acentuado. La tecnología produce el espejismo de la uniformidad cultural, cuando también favorece las diferencias, de forma más amplia, incluso global. Estos nuevos medios facilitan una mayor diferencia, hacen que estas diferencias sean globales, y asimismo inventan nuevas diferencias. La peregrinación de musulmanes a La Meca tiene una página web incluso en español. El grupo islamista Hezbolá tiene página web con una parte en hebreo y otra en inglés. La televisión en catalán (la versión internacional) tiene un alcance de ámbito español, europeo y casi mundial, como la vasca o la gallega entre otros, lo que ha cambiado también la manera de ver televisión en España. La televisión marroquí se recibe en toda Europa. Los kurdos tienen ya en Europa docenas de canales de televisión.

Desde Dinamarca, cualquier satélite puede recibir casi 500 canales. Uno de ellos es Roj TV, un canal kurdo emitido desde suelo danés, que Turquía quiere obligar a cerrar (y lo logró con otros en el pasado), al considerar que difunde mensajes terroristas y que es un instrumento del independentista PKK. En Dinamarca hay kurdos originarios de Turquía que no hablan turco, y se nutren de este canal en su lengua materna. El asunto llegó lejos, pues una cincuentena de alcaldes del Kurdistán en Turquía se movilizó para impedir el cierre de Roj TV. De hecho, en muchas ciudades con una inmigración extranjera importante, se puede ver cuáles son esos barrios “de inmigrantes” por el número de parabólicas que acumulan los tejados. En Gran Bretaña, la primera generación de inmigrantes de la posguerra mundial sólo tenía acceso a la BBC. Las segundas y terceras generaciones lo tienen a todo tipo de medios y lo mismo ha ocurrido en otros países. Son los nietos de la globalización de la información los que más se desmarcan.

Hace ya tiempo que García Canclini alertó contra el fenómeno de las grandes urbes, rodeadas de barrios marginales (aunque también puedan estar en sus centros), con personas que hablan diversas lenguas y que no se entienden entre sí. Los nuevos medios, incluidos los no tan nuevos periódicos étnicos para inmigrantes, les permiten sobrevivir sin integrarse, sin tan siquiera aprender el idioma del lugar, salvo cuando interviene la educación obligatoria para los más jóvenes.

Los movimientos fundamentalistas islámicos llamaban *paradiabólicas* a las antenas con las que se captan las emisiones occidentales, y las perseguían, antes de percatarse de que servían para difundir sus lenguajes. Pero tras el 11-S se disparó su demanda (y precios) en el mundo árabe y musulmán. No es sólo una victoria para Al Jazira, sino que, según Gilles Kepel, también supone más acceso a la libertad en un mundo en que la información sigue estando estrictamente controlada por el poder. Hay más pluralidad.

En tiempos, y aún hoy, muchas radios occidentales y otras del otrora Este tenían servicios en muchas lenguas, y cumplieron, y siguen cumpliendo

un papel importante. Hace algo más de diez años, internet era un fenómeno americano, y la CNN era la única cadena global de información casi en tiempo real. Hoy hay más competencia. Internet y la red se han llenado de otros productos (incluidas las propias radios y cadenas de televisión), y en televisión hay otras cadenas con noticiarios de alcance global, como la BBC en inglés o Al Jazira en árabe (que se benefició del cierre de la emisión de la BBC-TV en árabe en 1996) y en inglés desde noviembre de 2006 (con lo que el dominio americano u occidental de la narrativa pública en inglés se ve amenazado). Antes de Al Jazira, Hezbolá tenía ya una cadena, Al-Manar, que es de las más vistas e influyente en Oriente Próximo (prohibida en Europa y Estados Unidos por antisemitismo), y que Israel ha bombardeado repetidas veces. O TVE 24-Horas. Incluso Chávez desde Venezuela se planteó competir con la CNN.

Al Jazira (“la península”) está marcando una época y globalizando la televisión en árabe, o una manera muy específica de la televisión en este idioma. Fundada en 1996 con una aportación del emir de Qatar (en principio prooccidental) de 140 millones de dólares, se recibe directamente en veinte países árabes y se difunde por satélite, cable o emisión terrestre. Tiene un aspecto occidental, y desde 2003 un canal de deportes. Ha aprendido mucho de la CNN, y Al Jazira se muestra orgullosa de informar sobre Oriente Próximo desde una perspectiva árabe (antes que musulmana). “La creación de Al Jazira fue un acto de liberalismo, no de democracia”, como indica su biógrafo Miles. En su pantalla también aparecen israelíes hablando en hebreo. Ha roto tabúes al cuestionar la existencia de Dios o al comparar el Corán y la Declaración Universal de Derechos Humanos.

De hecho, Al Jazira era la única emisora extranjera autorizada en el Afganistán de los talibanes. Su influencia es temida por muchos gobiernos árabes –como el de Marruecos– que ven cómo, en cuanto a informaciones y tertulias, es la cadena más vista en sus países, pero sobre la que no ejercen control. Los gobiernos de Argelia (informó de las atrocidades en enero de 1999, y el gobierno le cortó el suministro eléctrico para evitar su difusión) y Libia se han quejado. Incluso Arafat cerró en su día una estación en Ramala (para el 75% de los palestinos es la primera fuente de información). Y de cara a Estados Unidos ha supuesto un cambio radical en cuanto a ruptura del monopolio de la información global si comparamos, por ejemplo, la cobertura de la guerra del Golfo en 1991 con la de la invasión de Iraq en 2003. Si Estados Unidos ha pasado a retar a Al Jazira en su propio terreno con un servicio en árabe, esta cadena ha devuelto la moneda con un servicio en inglés, además de su influyente página web.

Al Jazira es la televisión a la que llegan, y que difunde, los vídeos de Bin Laden, que tienen así (y por la red) un alcance global. Están fabricados con este fin, aunque en algunos casos la audiencia global a que apunta sea occidental y en otros musulmana. Bin Laden supo aprovechar, ya antes del 11-S, la velocidad y la intensidad de los medios de comunicación actuales. De

hecho, como ya hemos señalado, el 11-S fue concebido como espectáculo. Pero entre los mensajes de Bin Laden cabe destacar la invención de una tradición, como son las ya citadas constantes referencias a la recuperación de Al Andalus, fuera de su contexto histórico, pero con una importante carga cultural y emocional, como la apelación a la recreación del califato, que constituye en realidad una desterritorialización del conflicto planteado por el líder de Al Qaeda y sus seguidores. Al Qaeda vive no sólo de bombas (humanas o no) sino también de ideas.

Cuando los terroristas chatean

La globalización de las diferencias es patente en muchos sectores y líneas ideológicas. Es fácil recibir las fes diseminadas por medios electrónicos, ya sea las cristianas, las musulmanas o cualesquiera otras. Ahora existe lo que se ha llamado un *califato virtual* en el ciberespacio que ha reemplazado en parte –sólo en parte– a la mezquita como lugar seguro donde reunirse no ya los musulmanes en general, sino los yihadistas y compartir enseñanzas, tácticas o conocimientos de explosivos, como recordaba desde la United Press International (UPI) el renombrado periodista Arnaud de Borchgrave. No es tan diferente de los años setenta cuando circulaba por Europa, España incluida, en fotocopias del famoso *Libro de Cocina del Anarquista* (publicado en Amsterdam) que enseñaba a hacer bombas o fabricar escuchas electrónicas.

El uso de la red por los radicalismos islámicos y el terrorismo yihadista les da una enorme capacidad. Aunque las muertes no son nada virtuales, la red es un nuevo espacio de combate, y muy central. Gabriel Weimann, catedrático de Comunicación en la Universidad de Haifa, responsable de uno de los mejores estudios sobre el tema, considera que, por su propia naturaleza, internet es un campo ideal para la actividad por parte de organizaciones terroristas, al ofrecer fácil acceso, poca o ninguna regulación, u otras formas de control por parte de los gobiernos, audiencias potencialmente gigantescas en el mundo, anonimato en las comunicaciones, velocidad en la información y capacidad multimedia para combinar texto, imagen y sonido.

Apenas estamos empezando a comprender las consecuencias geopolíticas de las posibilidades que brindan internet y otros sistemas de comunicaciones, “la verdadera influencia de internet como una universidad abierta de la yihad”, según Reuven Paz, director del Proyecto para la Investigación de los Movimientos Islámicos en Israel. La confluencia de la invasión de Iraq y las nuevas tecnologías de comunicación ha generado la maquinaria más poderosa de reclutamiento de yihadistas, ha multiplicado esta tendencia que ya estaba en curso. La red, según Benjamin y Simon, ha permitido a los radicales atraer talentos a través de foros en árabe sobre ingeniería, química u otros conocimientos técnicos. Al Qaeda ha creado la

Universidad Al Qaeda para las Ciencias de la Yihad en la que se imparten clases de electrónica, medios y aparatos explosivos y el santuario o refugio seguro de Al Qaeda en Pakistán está principalmente destinado a la formación de miembros operativos en cuestiones de penetración de sistemas informáticos y técnicas de guerra cibernética, en opinión del experto español en terrorismo Fernando Reinares. Su estructura formal cuenta con tres comités: el militar, el político y el de información, habiendo crecido este último en importancia con el uso de las nuevas tecnologías, según señalan Corman y Schiefelbein. Paradojas del destino, fue del Pentágono de donde internet surgió como red de comunicaciones descentralizada capaz de sobrevivir a una guerra nuclear. Mucho bien ha hecho este bien común global que Estados Unidos ha puesto al servicio del mundo, incluido del terrorismo, mal común global.

El 11-S disparó las webs islamistas radicales en la red, y en pocos años Al Qaeda ha sido el primer grupo terrorista en migrar prácticamente –no del todo, claro– del mundo físico geográfico al ciberespacio. En la red, por ejemplo, la rama saudí de Al Qaeda lanzó una revista digital en la que recomendaba a sus posibles reclutas en potencia que usaran internet: “Oh Hermano Muyahidín, para unirse a los grandes campos de entrenamiento ya no necesitas viajar a otras tierras [pues] puedes hacerlo solo en tu casa o junto a un grupo de hermanos”. En efecto, con portátiles, DVD y otros instrumentos, la red se ha convertido en un campo de formación de yihadistas. En la red se encontró un documento de quince páginas en árabe sobre guerra biológica.

Las páginas web impulsadas por movimientos o grupos radicales islámicos pasaron de doce en 1998, a más de cinco mil en 2006, y siguen en aumento, según Weimann. Hoy, todos los grupos terroristas activistas han establecido su presencia en internet. La red y los medios le han dado profundidad estratégica a este combate. Las webs de estos grupos tienen tres audiencias diferentes: sus seguidores actuales o potenciales; la opinión pública (nacional o internacional) y los “enemigos públicos”. Para el estudioso israelí, los poderes públicos se han centrado más sobre los peligros del llamado ciberterrorismo que en el uso más rutinario y peligroso de la red por estos grupos.

La red sirve para la guerra psicológica, la publicidad y la propaganda, para buscar datos (de hecho Kepel ve como mejor traducción de Al Qaeda la de base, “la base de datos”), recaudar fondos, reclutar militantes, planear y coordinar acciones, y ofrecer sus propios *libros de texto* para sus seguidores. Si Al Qaeda encontró refugio en el Afganistán de los talibanes, ahora lo tiene en la red. Basta que unos grupúsculos, como los que actuaron en Madrid o Londres, naveguen por la red para encontrar la inspiración necesaria e incluso análisis profundos, como se vio con el famoso documento que pudo inspirar a los autores del 11-M, colgado en árabe en diciembre de 2003 en una página islamista (alsaha.fares.net), en el que se explicaba la estrategia que había que

seguir con Iraq y recomendaba un ataque terrorista en España. Poco antes, según el periodista Ron Suskind, los servicios de inteligencia americanos habían localizado una web, al-Nida, atribuida al entonces muy buscado Al Ayerí, con análisis detallados y directivas en clave sobre los motivos y planes de Al Qaeda. Incluso esta organización ha montado As-Sahab (“nube”), una productora nebulosa de vídeos profesionales, documentales y otros productos para los medios que luego se suben a la red o se distribuyen a cadenas de televisión.

Las páginas web de estos grupos surgen casi a la misma velocidad que desaparecen. Una web de terroristas o violentos, como indica Weimann, suele recoger la historia de la organización y sus actividades, sus logros, sus héroes y fundadores, sus objetivos, críticas de sus enemigos y noticias, además de mapas de las zonas donde hay disputas (Hamás de Palestina, las FARC de Colombia, etcétera). Si contienen análisis, no suelen entrar en detalles sobre sus acciones violentas, con la excepción señalada de las escenas de ejecuciones por degollamiento, o las estadísticas de sus actuaciones en las de Hezbolá y Hamás que incluyen sus “mártires” y los “enemigos israelíes” y “colaboradores” muertos.

La red permite a cualquier persona establecer vínculos, el *networking*, incluidos los grupos violentos. Internet ha hecho cambiar estos movimientos de grupos jerárquicos con jefes o líderes a células semiindependientes que no tienen una única jerarquía de mando, por lo que cuenta más la ideología que los inspira. Pero también la red es el lugar de debate de desacuerdos dentro de las redes terroristas, y de duras críticas entre unos grupos y otros, pues no es éste, el de los terroristas islamistas, un mundo uniforme. Weiman cita, por ejemplo, el caso de rebeldes chechenos críticos con Hamás pues el grupo palestino sólo quiso contactarles tras su victoria electoral a principios de 2006. Y Hamás a su vez había criticado a un grupo de Al Qaeda que mató a 22 personas en Arabia Saudí en mayo de 2004. Desde la red algunos activistas árabes habían criticado antes de su muerte las actuaciones de Al Zarqawi en Iraq, por la matanza masiva de musulmanes. En la red circulan también fetuas y contrafetuas. Y servicios de inteligencia occidentales entran a participar en estos foros para sembrar discordia. La red puede convertirse en una fuente de debilidad para estos movimientos. Como afirmó el ex secretario de Defensa Donald Rumsfeld, en fuentes abiertas se puede encontrar un 80% de la información necesaria sobre el enemigo. Hay quien ha llamado a la red y los medios en general “el servicio de inteligencia del pobre”. La red sin control es ya cosa del pasado. Se ha convertido en uno de los lugares más vigilados.

La red supone mayor libertad, pero menor privacidad, particular o empresarial. Incluso el sector público, especialmente a través de los *hackers*, tiende a ser menos cerrado. La red es una creciente fuente de información para los servicios de espionaje públicos y privados. El caso es que la labor de la inteligencia ha cambiado, como casi todo, con internet. En la red hay mucha información de interés, en lo que se viene a llamar *inteligencia de fuente*

abierta. Y hay servicios de inteligencia privados que ofrecen sus análisis. También las grandes empresas (a través de, por ejemplo, corpwatch.org) se ven sometidas a este tipo de escrutinio.

Aunque Bin Laden –que tan hábilmente ha sabido utilizar la televisión– siempre ha sido reticente a usar personalmente medios electrónicos para no delatar su posición, su organización supo utilizar a fondo las oportunidades que le ofrecían los nuevos medios de comunicación: internet, correos electrónicos, transferencias financieras por la red o los móviles (de los que personalmente ha rehuído Bin Laden para no delatar su posición). Así, tras el 11-S, la vigilancia por los servicios de inteligencia de Estados Unidos y otros países permitió durante un tiempo éxitos notorios en la lucha antiterrorista. La inteligencia de señales (*sigint*) y de finanzas (*finint*) dio resultados. Incluso hubo algún topo (*humint*). Pero Al Qaeda y muchos de los otros grupos, o grupi-FUERZA POCOS Fi 01 22/5/07 16:25 Página 132 *Medios de incomunicación* 133 llos, yihadistas se percataron de ello, y al saberse vigilados volvieron a los contactos más personales y el envío de fondos a través de la *hawala*, la red musulmana, bastante impenetrable, como señala Ron Suskind que cita a un alto funcionario de inteligencia en Estados Unidos sorprendido de que los terroristas hubieran tardado tanto en reaccionar. Pero reaccionaron, y la lección que se extrae es que “con un enemigo adaptable y paciente, una victoria a veces crea el siguiente conjunto de retos. En este caso, hicimos algo que funcionó muy bien, pero comenzaron a evolucionar”.

El control de la red, comprensible desde el punto de vista de la lucha contra el terrorismo y otras formas de crimen organizado o no, plantea un problema de costes de libertades, especialmente cuando tal control está en manos de gobiernos autoritarios que no tienen que rendir cuentas ante nadie. El Gran Hermano puede vigilar más, pues la red implica en teoría una menor privacidad, aunque en esta caverna, las propias empresas que van siguiendo los gustos y preferencias de uno acaban siendo los que más nos siguen.

Pero la cantidad de información crece tan rápidamente que conocer su contenido, ya sea para espiar, controlar, censurar o luchar contra la criminalidad, resultará cada vez más impracticable, incluso con los medios electrónicos disponibles. Internet refleja como ningún otro fenómeno la profunda tensión entre la libertad y la interdependencia. Estamos sólo al principio de esta revolución.

El control de la información es siempre tentador para todo poder. Hay muchos gobiernos que controlan la web. La Administración de Estados Unidos, en nombre de la lucha contra el terrorismo, ordenó escuchar las comunicaciones y controlar los correos electrónicos de un sinnúmero de ciudadanos, y a pesar de la explosión comunicacional consiguió, como el gobierno de Blair, mantener desde el 11-S un elevado nivel de secretismo sobre sus actividades y las de otros. Por otra parte, la censura o restricciones de acceso a la red, o incluso a la televisión vía satélite, que se pueden establecer acaban siendo limitadas. Los casos de China, Cuba, Irán o Arabia

Saudí (con la colaboración, en el caso chino, de buscadores como Google) así lo reflejan. Pese a los intentos de muchos gobiernos en sentido contrario, la generalización de internet debería llevar a una descentralización del poder político y social, en los regímenes cerrados (y también en las grandes empresas cerradas). La red aporta más transparencia. ¿Qué dictadura se mantendría en un país en el que el 25% de la población tuviera acceso a internet? Ese nivel aún no se ha alcanzado en China. Internet tiene muchas puertas traseras. Contribuye, desde dentro y desde fuera, a abrir sociedades cerradas.