

Nuevas tecnologías de la comunicación: impactos y cambios sociales

Enrique Del Percio

Introducción

Toda tecnología implica una extensión de alguna parte del cuerpo humano. Así la rueda es una extensión de nuestro sistema motriz, el telescopio del ojo, la lanza o la bala de nuestros puños y el libro de nuestra memoria.

La aparición de la agricultura, la invención de la imprenta o de la máquina de vapor produjeron profundas transformaciones no solo en orden a la vida cotidiana, sino en cuanto a mutaciones sociales, modificación de los modos de ejercicio del poder, y cambios en la concepción del mundo, e incluso del propio ser humano.

Pero, tal como advirtió Marshall Mc. Luhan hace tres décadas, los progresos habidos en el campo de las telecomunicaciones –y, agregamos nosotros, de la informática– superan en extensión y hondura los cambios originados por las invenciones y descubrimientos mencionados.

Es que ya no se trata de la extensión de una parte cualquiera de nuestro cuerpo, sino que estas nuevas tecnologías constituyen una prolongación de nuestro sistema nervioso central, de nuestro propio «yo fisiológico».

La magnitud de esto torna ingenuo cualquier intento de seguir sosteniendo una concepción meramente instrumental de la tecnología. Esta concepción plantea la neutralidad de las tecnologías respecto a los fines para los que son utilizadas. Serían buenas o malas, funcionales o disfuncionales según para qué se las emplee. La tarea que éstas plantean al pensamiento sería –reiteramos– de

índole meramente instrumental, o en el mejor de los casos, de índole ética. Esta perspectiva no es tanto errónea, cuanto limitada.

Pero asignarles a las tecnologías un rol preponderante para comprender el mundo de fin de siglo, no puede llevarnos a caer en un determinismo tan ingenuo y limitado como esa concepción. No compartimos la posición extrema de Marcuse, para quién «cuando la técnica llega a ser la forma universal de la producción material, circunscribe toda una cultura, proyecta una totalidad histórica: un 'mundo'».

Lejos de estas posturas, preferimos el desafío de Heidegger de «pensar la tecnología» (a la que sugerentemente el pensador alemán define como «consumación de la metafísica») desde otra óptica. Pensar algo es siempre –coincidiendo con el filósofo de marras– pensar la esencia de ese algo, aun sabiendo desde el inicio que nunca podremos aprehender esa esencia en su plenitud.

Partimos del supuesto conforme al cual la relación de las tecnologías con lo político, lo económico, lo social y lo cultural es dialéctica e interdependiente; pero en última instancia se puede reconocer un cierto (aunque complejo) modo de subordinación de aquéllas a estos ámbitos u órdenes.

La nueva estratificación social

La estratificación social es –siguiendo a Águlla– un ordenamiento vertical de la población en segmentos conforme a la función que cumplen en la división social del trabajo. Esta división se encuentra fuertemente condicionada –aunque no determinada– por la estructura de dominación política, y legitimada por la ideología hegemónica imperante. Su elaboración y resguardo es responsabilidad de los estratos superiores. Es un ordenamiento piramidal que permite observar caracteres particulares diferenciales de cada estrato, los que conservan gran homogeneidad interna, definiendo segmentos diferenciados.

Las formas típicas de estratificación son las castas, los estamentos, las clases y los status o niveles ocupacionales. La movilidad social ascendente o descendente se acentúa al pasar de un sistema a otro, siendo el de castas absolutamente rígido y basado en un principio hierocrático; el estamental, algo menos rígido, se funda en un principio familiar-oligárquico; el sistema de clases sociales, mucho más flexible, se basa en un principio económico-burocrático y el aún incipiente sistema de status o niveles ocupacionales en un principio educacional-tecnocrático.

El modo de estratificación por clases ha sido el tipo dominante de los últimos ciento cincuenta años. Siguiendo a Weber, diremos que el sistema clasista se da cuando un número de personas poseen un componente causal específico de oportunidades de vida en común, en la medida en que ese componente está representado exclusivamente por intereses económicos en la posesión de bienes e ingresos, bajo las condiciones de mercado de productos y de trabajo.

Las nuevas tecnologías conllevan la crisis de los modelos fordistas y tayloristas de producción, sobre los cuales en gran medida se asentaba la estructura de clases propia de un capitalismo industrial de acumulación. En efecto, al quedar la producción cada vez más en «manos» de la máquina, no resulta tan importante el productor como el consumidor. Por ende, lo que habrá de definir la ubicación del individuo en la pirámide social no será *cuánto tiene* sino *cuánto gasta*: la tarjeta de crédito reemplaza a la cuenta bancaria. Ahora bien, la capacidad de gasto está directamente relacionada con la ocupación de ese individuo, y esa ocupación, a su vez, se deriva del grado de conocimientos e información que ese individuo posea.

Cada vez resulta menos relevante el talento innato para detectar un negocio, o la capacidad de esfuerzo y sacrificio laboral, que eran los dos elementos necesarios para ascender socialmente en el sistema clasista. Menos aún importa el valor guerrero, la vida espiritual o el apellido, tan relevantes en un sistema estamental. En una sociedad hipercomunicada e hiperinformada, en cambio,

el más apto para tomar la decisión correcta –en definitiva para conducir– es aquel que no solo dispone de la información pertinente, sino que además sabe ordenarla y procesarla adecuadamente.

Pero el cúmulo de información es tan vasto, y se genera tan vertiginosamente, que el permanecer en posesión del mismo es algo absolutamente incierto. Por tanto, es también absolutamente inestable el nivel ocupacional definitorio del estrato social alcanzado.

La potencial movilidad descendente, juntamente con la carencia de certezas inmovibles propia de un sistema de clases, generó la angustia como tema central de la problemática humana. Ahora, la potencialidad mucho mayor de esa movilidad descendente, genera el vacío y el sinsentido como signo de nuestro tiempo.

Otra de las cuestiones que nos plantean estas nuevas tecnologías en relación a la estratificación social está dada por la constante reducción de los precios de los artefactos informáticos y telecomunicacionales. Esto va permitiendo que la mayoría de la población pueda acceder directa o indirectamente a la videocassettera, al fax, al teléfono celular, a la computadora personal, a la TV por cable, al cd-rom, a las redes informáticas, etc. Pero atención: la mayoría no es la totalidad. La pregunta es qué pasará con los *desclasados* que queden al margen del sistema super-informado.

Aristóteles decía que la democracia es el gobierno de la mayoría, y como los pobres eran siempre mayoría, podía pues entenderse a la democracia como el gobierno de los pobres. En cambio la oligarquía –gobierno de pocos– era también susceptible de ser definida como el gobierno de los ricos.

Lo que hasta nuestros tiempos nunca se había planteado es que los «ricos», los que tengan acceso inmediato o mediato a los bienes tecnológicos enunciados, puedan ser la mayoría.

Dada la universal aceptación de la democracia (representativa o de otro tenor) como única fuente válida de legitimidad política, y teniendo en cuenta la natural tendencia de los que «están bien» a conservar las cosas tal como están, es harto preocupante pensar en lo que puede pasar con los que queden afuera del goce de estos beneficios, dadas las escasas posibilidades de cambio del sistema existentes.

Pareciera que en lugar de llegar a la «aldea global» anunciada por Mc. Luhan, estamos llegando a la «ciudad global». Es que en la estructura comunitaria propia de la aldea todos tienen acceso a casi todo el conocimiento socialmente relevante, con claro predominio de las relaciones primarias entre sus miembros. En cambio, como bien advirtió Ferdinand Toennies, en la estructura urbana contemporánea, en la «ciudad», algunos –muchos o pocos, pero lejos de ser la totalidad– acceden al conocimiento y información necesaria.

Las visiones de la ciencia

Con el surgimiento del capitalismo en el s.XVI, apareció la visión moderna de la ciencia. Esta ya no es una requisitoria por las causas finales, por el 'para qué' de las cosas, sino que pasa a ser una pregunta por el 'cómo se hace' y 'cómo se compone' la cosa. Es decir, por la causa eficiente y por la material.

Tal como explica Weber, una de las características más peculiares del capitalismo radica en la disposición o inclinación del capitalista al ahorro o acumulación de riqueza. En efecto, en otras culturas y en otros períodos históricos, ante cada avance en las tecnologías de producción acaecía un aumento del tiempo dedicado al ocio, a la guerra o al misticismo, por parte de la categoría social a la que pertenecían los beneficiarios de esos adelantos. En cambio, los capitalistas habrán de seguir dedicando al trabajo productivo el mismo tiempo y esfuerzo que le dedicaban previamente. Esto llevó a todo un sector social relevante a vivir en función de la acumulación de riqueza proveniente del esfuerzo aplicado a la producción y distribución de mercaderías.

En el campo político esto llevó a la burguesía a efectuar una alianza con la monarquía –en desmedro del poder feudal– en busca de mayor seguridad y previsibilidad. En el campo del conocimiento, la alianza se efectuó con la «ciencia nueva», la que le hubo de permitir «saber para prever, prever para poder», según la frase de Augusto Comte. Así comenzó la pasión por matematizar toda la realidad (Descartes, Newton, Hobbes) dado que el cálculo es precisamente la base noética del capitalismo.

Este acuerdo entre capitalismo y ciencia moderna lleva a pensar que debe existir una íntima relación entre la concepción de la ciencia y las características de cada proceso económico.

En función de esta relación, es legítimo suponer que durante la etapa acumulativa del capitalismo (s.XVI hasta II Guerra Mundial) tanto en la subetapa predominantemente comercial (s.XVI a fines del s.XVIII), como en la subetapa industrial (fines del XVIII a mediados del XX) la ciencia también haya sido vista como eminentemente acumulativa. A esta concepción responde la idea dominante desde Galileo hasta Popper de que el progreso del saber es semejante a la construcción de una pared a la que se le agrega un ladrillo tras otro.

En la segunda mitad de este siglo entramos en la etapa del capitalismo de consumo. Surge la necesidad de segmentar adecuadamente el mercado para no errar en el tipo de producto a elaborar, ni en el mensaje publicitario a emitir para cautivar al segmento elegido. La equivocación en este campo se paga con el fracaso total. Si se produce un auto, un lavarropas o una heladera para la clase alta y el producto no responde a los parámetros de diseño o calidad por ésta exigidos, difícilmente lo adquiera. Pero si es la publicidad la que envía señales equivocadas, transmitiendo alguna pauta o depositando en el producto alguna característica propia de las que el imaginario y los códigos de la clase alta atribuyen a la clase baja, seguramente las ventas serán catastróficamente bajas. En esta etapa es impensable que un fabricante pueda repetir la conocida humorada de Henry Ford de que cada cliente puede pedir su auto del color que desee... a condición de que sea negro.

Al par que comienza a cuestionarse la máxima empresarial «big is better» (ideal de acumulación en y de la empresa), comienza a mutar el criterio de prestigio centrado en la fortuna acumulada para orientarse –como hemos visto– a la capacidad de gastar.

A poco de consolidarse estas nuevas tendencias, emerge con Thomas Kuhn el primer cuestionamiento radical a la idea de acumulatividad de la ciencia. Se reemplaza esta noción por la de «revolución científica». Según esta tesis, la comunidad científica elabora una constelación de creencias, valores, técnicas, etc., dentro de la cual las soluciones propuestas a los problemas (y el propio planteo de estos) se consideran científicamente admisibles, o sea, legítimas. Esta constelación recibe el nombre de *paradigma*. Así entendido, un paradigma es lo que comparten los miembros de una comunidad científica, y –circularmente– se es miembro de esa comunidad si se conoce y comparte el paradigma.

De acuerdo al modelo analítico propuesto por Kuhn, la crisis de un paradigma vigente no se produce cuando surge una cantidad de anomalías a las que no puede dar respuesta, sino cuando aparece un nuevo paradigma capaz de brindar respuesta satisfactoria a los problemas insolubles dentro del marco anterior. Pero esto no significa que el nuevo paradigma sea mejor que el anterior, ni mucho menos que signifique un progreso respecto a aquel, pues ambos son *incommensurables*, es decir, no admiten parámetros de medición comunes. Por tanto, no hay diálogo, ni acumulación posibles.

No es difícil advertir la relación existente entre esta formulación del paradigma y las ideas de *target* o de segmento de mercado, con sendas ‘completitudes’, ‘legitimidades’ e ‘incommensurabilidades’.

Pero la revolución informática de los ‘80, unida a los desarrollos satelitales y –entre otras innovaciones– la invención de la fibra óptica, ha tornado caduco el concepto de segmento de mercado, e incluso el más restringido de «nicho». Ya no se produce el automóvil para la clase media, o el radiograbador para la clase baja.

Se trata de fabricar v. gr. el producto que desea consumir el médico casado, de clase media, de 35 años de edad. Las posibilidades de adaptación que permiten las nuevas tecnologías, particularmente en materia de diseño son casi ilimitadas.

Este proceso de hiperindividualización del consumidor encuentra su correlato en lo que Lyotard ha dado en llamar la «crisis de los grandes relatos». En el campo de la epistemología esto se traduce en la crisis de los paradigmas aún vigentes, tanto en ciencias físico-naturales como en el área de las ciencias sociales. También la noción de *inconmensurabilidad* merece ser reformulada a la luz de estas cuestiones, especialmente en función del replanteo de los conceptos de *universalidad, identidad y diferencia*.