

RETOS DE LA NUEVA SOCIEDAD DE INFORMACIÓN

Rafael Rubio

LA INTERVENCIÓN DE LOS GRUPOS EN LA POLÍTICA DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

No es un buen momento para hablar de la sociedad de la información. Entre subidas y bajadas de la bolsa, y en la línea descendente que siguen los valores de la llamada nueva economía, la incertidumbre ha sustituido a la euforia social aunque nadie parece dudar de esa nueva sociedad en la que nos vemos envueltos, “la sociedad de la información”.

Una sociedad que nos ha llegado así, de pronto, como sin reflexión. Frente a los cientos de Masters, Congresos, Cátedras y Conferencias sobre la Nueva Economía, que han surgido de la nada para proporcionar formación para informados, la reflexión sobre la nueva sociedad a la que de una forma u otra nos abocaba la “revolución tecnológica” brilla por su ausencia, salvo honrosas excepciones como la Cátedra de la Universidad de Harvard (Berkman Center for Internet and Society) o el presente Congreso. Ahora que la nueva economía se empeña en demostrar que no era tan nueva, la sociedad parece querer asumir su papel y, como debería ser habitual, ir por delante de la economía, que no deja de ser, una parte, importante, pero parte de la nueva sociedad.

Todos insisten en comparar la revolución que se nos viene con la Revolución Industrial y algunos, jugando con la historia, se atreven a hablar de una revolución más grande incluso que la Revolución Industrial. Y uno se repasa sus libros de historia, y apunta sus revoluciones, el Neolítico donde el hombre pasa de ser nómada a sedentario, busca un instrumento, el fuego, y sonrío con las historias que nos cuenta Roy Lewis en su “Crónica del Pleistoceno”; la Revolución Industrial, en la que el hombre abandona el campo para vivir en la ciudad y los valores se transforman... Se escuchan frases tan incendiarias como “Si la revolución industrial significó una transformación momentánea de los valores morales de la sociedad, la Gran Ruptura de nuestros días ha supuesto cambios profundos en nuestra estructura social”. Parece que no cabe duda de que internet, las nuevas tecnologías en general, van a cambiar el modo de ser de nuestra sociedad, pero, hasta el momento, nadie habla más que de cambios concretos, muy pocos, como Fukuyama, se apuntan las líneas de un verdadero cambio social. Ni siquiera en los políticos, que debieran liderar esta revolución, se observa una verdadera

toma de conciencia fuera de las promesas electorales. En las campañas las promesas sobre este asunto se convierten en mera declaración de intenciones, palabras vacías: progreso, ordenadores, tecnología... pero nadie parece preocupado en concretar el nuevo modelo de sociedad.

La política en la nueva sociedad de la “información”

La política no puede permanecer ajena a estos cambios y de una forma u otra ha ido aprovechando los adelantos tecnológicos al servicio de su función. Las administraciones han reaccionado de maneras diversas para poner las nuevas tecnologías al servicio del ciudadano, y declaraciones de intenciones como el faraónico plan InfoXXI, estaban repletos de promesas en esa línea.

Hoy unos y otros, instituciones, partidos y grupos tienden a promover la colaboración política, en el marco de la democracia participativa o de consenso, y encuentran en las nuevas tecnologías un aliado esencial en lo que muchos han denominado ya “una nueva forma de hacer política”¹. Parece que internet es la encargada de satisfacer “la insatisfacción que producen los instrumentos de participación política”². Los más optimistas hablan ya de una nueva forma de hacer política, una nueva época para la democracia.

Sin dejar de citar iniciativas institucionales, recogidas en su inmensa mayoría en el ya citado plan InfoXXI y que podrían tener el recientemente presentado “portal del ciudadano”³ como iniciativa estrella, o las iniciativas de los partidos políticos, que han utilizado internet especialmente durante las campañas electorales⁴, vamos a centrarnos especialmente en la forma en que distintos grupos de ciudadanos, articulados en torno a grupos ya existentes, o para la ocasión, utilizan las nuevas tecnologías con el objeto de hacer llegar sus reivindicaciones ante los poderes públicos.

Pero si, como apuntaba Sartori a principios de los años 70 “el sistema democrático acaba por desplazar la localización del poder político desde su sede institucional –es decir el gobierno y el parlamento- a una sede de hecho, que en definitiva es la dirección

¹ ref. La participación política en Internet, Revista de Estudios Políticos, Julio-septiembre de 2000.

² Calvo Poch, Pedro. La democracia en la sociedad de la información. Nueva Revista, Agosto, 1999.

³ www.administracion.es

⁴ ref. Rubio, Rafael. Los partidos políticos en Internet, en Sociedad e Informatica, Icade, 2000.

de los partidos políticos”⁵ hoy, como consecuencia directa de la sociedad de la información, la labor de los distintos grupos y los ciudadanos se hace más necesaria, hasta el punto de resultar imprescindible en las tareas legislativas.

La presente exposición aspira ser una muestra variada de las posibilidades de actuación política de la red. Hemos renunciado a elaborar una teoría justificativa de la participación política en democracia, debate frecuente en la actualidad entre defensores de la democracia deliberativa, participativa, comunitaristas o republicanos... ya que en todos hay un punto de partida común, la necesidad de la participación de los ciudadanos en la vida política como forma de fortalecimiento de la democracia.

LA PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS A TRAVÉS DE INTERNET

La participación en política de los ciudadanos a través de grupos es una práctica muy frecuente en los Estados Unidos y que poco a poco va calando en España, donde la estructura institucional hace esta participación mucho más lenta y de difícil realización. Los ciudadanos utilizan todas las herramientas a su alcance. Quienes tienen el tiempo necesario se pegan a su aparato telefónico, otros no dudan en enviar cartas o tarjetas postales y algunos llegan a visitar a sus representantes en Washington D.C.

Las nuevas tecnologías, que se van introduciendo en la forma de vivir de los ciudadanos, se introduce también en su forma de participar en la vida política. Quizás la mayor demostración de esta actividad fue la batalla que se organizó en la www, a raíz del impeachment contra el Presidente Clinton, así la Organización Nacional para las Mujeres (NOW por sus siglas en inglés), que se opone a la destitución, envió una alerta por correo electrónico a 8.000 de sus miembros; en esta misma línea un matrimonio de Silicon Valley creó una página para protestar por el proceso de impeachment al Presidente Clinton; pronto lo que nació con una naturaleza informativa, casi testimonial, se convirtió en una plataforma⁶ que generó más de 500.000 mensajes electrónicos al Congreso de los Estados Unidos, y recaudó más de 13 millones de dólares para pagar a los abogados del Presidente. De modo simultáneo una representante de un grupo

⁵ Sartori, Giovanni. Democrazia e definizioni. Il Mulino, 1969.

⁶ www.MoveOn.org

favorable a la censura presentó en persona una petición que recibió el apoyo de 300.000 mensajes electrónicos.

En cualquier caso y reconociendo los múltiples problemas e interrogantes que hoy en día plantea la cuestión, no se podrán olvidar los distintos instrumentos que nos ofrece internet para facilitar la participación política de los ciudadanos, ya sea como forma de acceso a sus representantes, ya como instrumento de articulación interna de los mismos ciudadanos.

a) Relación representado-representante

En Estados Unidos las campañas ciudadanas a través de Internet surgieron como una forma habitual de luchar por los intereses de los usuarios de internet, haciendo llegar a sus representantes sus reivindicaciones. Así surgieron campañas en el ámbito de internet desde que en 1993 se creó la AIM (ASSOCIATION FOR INTERACTIVE MEDIA) una asociación que pretende influir en los poderes públicos en defensa de los intereses de la industria de internet, sus actuaciones han sido numerosísimas, como las que se llevaron a cabo para evitar la implantación de un chip de seguridad en todas las terminales.

La red se ha convertido sin duda en una nueva forma de llevar a cabo campañas de opinión, y cada vez son más los que aprovechando la velocidad de difusión, y la facilidad de acceso, del correo electrónico, han convertido éste en el sustituto del correo ordinario (correo tortuga en terminología informática) e incluso de la propia prensa. La facilidad de acceso a los representantes, la velocidad con que se pueden hacer llegar las opiniones y la comodidad que supone el hacerlo, sin necesidad de esperas ni desplazamientos, convierte este medio en un instrumento de gran utilidad para llevar a cabo campañas políticas. Sirva como ejemplo la campaña que en el año 1994 llevó a cabo la Cristhian Coalition, para frenar una propuesta de legislación de los grupos de presión, que se encontraba muy avanzada en el Congreso. Un día antes de la votación en el Pleno, los miembros de esta organización instaron a sus miembros, a través de Internet, a oponerse a la legislación. En menos de 24 horas los congresistas recibieron más de 250.000 mensajes oponiéndose a su tramitación, la ley fue rechazada. Y no sería aprobada hasta dos años después, con modificaciones sustanciales.

Para observar como se pueden concretar estas formas de participación acudimos a la lucha que los usuarios de Internet han mantenido con los legisladores norteamericano sobre el control gubernamental de la red, o a menos escala la batalla internautica de los usuarios de la red en España con Telefónica en pro de la tarifa plana. En esta campaña encontramos todo un repertorio de posibilidades de actuación, no en vano es una campaña llevada a cabo por profesionales de la red. Durante la campaña los congresistas recibieron unas 20.000 llamadas en un solo día de protesta, vieron como se oscurecían las páginas webs de los organismos oficiales... la campaña llego hasta a realizar una lista de los congresistas y senadores, con una calificación, según cual había sido el sentido de su voto, instando a sus usuarios, a colaborar con los representantes que habian obtenido mejores calificaciones. Como declaró su organizador, Shabbir J. Safdar, “Lo que yo quería hacer era presionar, siempre he querido tener influencia en el proceso”, y lo consiguió el 12 de junio de 1994 los jueces declararon la, conocida como, ley censora, inconstitucional.

b) Articulación de personas con intereses comunes

Si en la relación representante-representado se han producido importantes avances, habrá que reseñar también, a pesar de los problemas que conlleva, la importancia de este medio de participación política los ciudadanos que han comenzado a unirse para optimizar sus formas de actuación. Asi instituciones tan importantes, en los Estados Unidos, como la Liga de Mujeres Votantes o el Club Sierra, han organizado un sistema de seguimiento de leyes de interés a través de la red. Este servicio sigue, paso a paso, el proceso legislativo, de aquellas medidas de su incumbencia e informa a diario del estado de este proceso, así como de posibles actuaciones que caben a los interesados para influir en ellas.

En el ámbito de la relación de los representados entre sí, la red no se presenta solamente como una vía de información, sino como una forma de organizar, mucho más facilmente, a personas con intereses comunes, a un precio mínimo y en un tiempo record. Se trata de una vía doble, que multiplica exponencialmente los resultados, las personas pueden buscar y ser encontradas.

Además existen páginas privadas que ofrecen información legislativa “a la carta”, USA Democracy⁷ es un servicio gratuito que proporciona a sus subscriptores un seguimiento diario de la información legislativa sobre las materias que estos soliciten. Existen diversos sitios como Votelink⁸ o America Vote⁹, en los que es posible encontrar información sobre la marcha de determinados asuntos legislativos. En España la Fundació Jaume Bofill ha puesto en marcha un servicio, Democracia.web¹⁰, que realiza un seguimiento exhaustivo de la labor legislativa del Parlamento Autómico Catalán, este servicio tiene además un servicio mensual en el que se informa de las últimas novedades legislativas y de los accesos más interesantes, además de facilitar el contacto con los parlamentarios a través de e-mails. Además un grupo de personas, con la colaboración del Phoenix Institute han puesto en funcionamiento Hazteoir.org¹¹.

CAMPAÑAS DE OPINION

Este medio, con sus características de gratuidad, simultaneidad y multiplicidad es un gran instrumento para las campañas internacionales:

Campañas como la denominada Ropa Limpia que “solicita en su sitio web el envío de correos electrónicos de protesta a las compañías Nike y Adidas por las condiciones laborales que soportan sus trabajadores en las fábricas asiáticas y latinoamericanas.

El texto del mensaje explica que aunque las marcas podrían estar "muy orgullosas" de que sus productos se conozcan y vendan por todo el mundo, no pueden manifestarlo porque mucha gente que trabaja en la producción de sus artículos está sometida a unas condiciones de trabajo inhumanas, con salarios "irrisorios", horarios "extenuantes" y sin poder organizarse para defender sus derechos más elementales.

Aparte del envío de mensajes de correo electrónico, la CRL organiza una recogida de zapatillas deportivas de las citadas compañías para remitirlas a las oficinas, junto al envío de postales. En España se han recogido unos 400 pares de zapatillas y se han mandado unas 10.000 postales.

⁷ www.USADemocracy.com

⁸ www.votelink.com

⁹ www.csn.net:80

¹⁰ <http://www.democraciaweb.org/>

La CRL opera en todo el mundo a través de Cleanclothes.org, web en el que la informa del resultado de la campaña en los diferentes países en los que se encuentra operativa. La organización pretende sensibilizar a la sociedad de las condiciones de explotación de "millones" de trabajadores y trabajadoras del sector textil. Según la CRL, el modelo económico actual genera precariedad laboral, explotación laboral de la infancia, discriminación de la mujer y degradación del medio ambiente.¹²

Cabe también recordar el significado de las acciones ciudadanas en contra de determinados representantes como el que se desarrollo en Estados Unidos en contra del congresista Foley, logrando, por primera vez desde hacia más de cien años, que un portavoz del Congreso no fuera elegido. O en defensa de los Derechos Humanos como el comienzo de la ya conocida movilización en contra del que fuera Dictador chileno, el General Augusto Pinochet, o la recientemente iniciada por la Unión Americana de Libertades Civiles (ACLU), en contra de la ejecución con la silla eléctrica, a través de la difusión de unas fotos de la última ejecución¹³, que tuvo lugar en Florida, y que en pocos días ha dado lugar a un escándalo de "dimensiones mundiales"¹⁴, la lucha contra el régimen de Fidel Castro a través de la red¹⁵, o la protección de la infancia¹⁶...

Actualmente estas campañas son una de las formas habituales de autoregulación de la red y los usuarios se emplean frente a utilizaciones de la red de manera racista o sexista...

EN ESPAÑA

En España la participación política no es un fenómeno muy conocido y mucho menos practicado, salvo por grandes empresas multinacionales o asociaciones de intereses. Ha existido una campaña ejemplar, desde el punto de vista de la participación política en Internet, aprovechando la base participativa y las posibilidades técnicas que ofrecían un buen número de los interesados en la campaña, los organizadores organizaron un

¹¹ www.hazteoir.org

¹² Europa Press, 4 de marzo de 2000.

¹³ www.firm.edu/supct/deathwarrants

¹⁴ Waters, Craig. Portavoz del Tribunal Supremo de Florida, declaraciones a El País, 30.X.1999

¹⁵ ABC, "La cumbre de la Habana recrudece la ofensiva contra Fidel Castro en Internet", 18 de noviembre de 1999.

¹⁶ www.unicef.es

despliegue diversísimo de iniciativas, en su inmensa mayoría a través de internet, que tuvieron gran repercusión en la opinión pública y que lograron convertir a la Asociación de Internautas en interlocutor obligatorio de la administración. Sirva de ejemplo esta nota de prensa sobre una de las acciones realizadas:

“La campaña *Tarifa plana ya. Seguimos mirando el reloj* que la Asociación de Internautas (AI) puso en marcha el pasado jueves amenaza con colapsar hoy los servidores de correo electrónico del Congreso de los Diputados debido al envío masivo de más de 1,3 millones de mensajes. La protesta persigue la implantación de una tarifa plana asequible de acceso a Internet.

"Ya está bien si se quejan, lo hacemos para ser molestos", declaraba Víctor Domingo, presidente de la asociación, que ha organizado un sistema antifiltro para que evitar que nadie impida que los mensajes lleguen a destino. Un mecanismo logra además que cada mensaje de adhesión que recibe la campaña se multiplique inmediatamente por 280, el número de destinatarios de correo del Congreso y del Senado, más las principales operadoras de telefonía, organismos y partidos que han apoyado en algún momento la iniciativa.

Domingo señaló también que han recibido numerosos apoyos, incluso de diputados del PP, y que el Ministerio de Ciencia y Tecnología les ha emplazado a una reunión esta semana.”

Además de estas campañas que utilizan internet como forma casi exclusiva de presión, han sido muchos los grupos que han aprovechado este canal de comunicación como forma de agilizar sus acciones:

Por ejemplo la red ciudadana por la abolición de la Deuda Externa, organizó una consulta popular que hizo coincidir con las elecciones generales del 12 de Marzo, y que utilizó internet como forma de expansión. A través de un mail, que contenía las preguntas de la consulta y el ruego de ser reenviado a otras tres personas, los organizadores de la campaña insistían en la importancia de presionar sobre los poderes públicos. La campaña enviaba un mensaje en el que junto a una información básica e impactante **“LA DEUDA EXTERNA mantiene en la extrema pobreza a 84 PAÍSES y a más de 1.000 MILLONES DE PERSONAS”**, se informa de la realización de la consulta social paralela a las elecciones generales, y se solicita la participación que, como dice el correo electrónico, es de justicia.

CONCLUSIONES: ELEMENTOS QUE HACEN DEMOCRATICAMENTE EFICAZ UNA CAMPAÑA POLÍTICA POR INTERNET

Para los optimistas la participación política a través de internet se aproxima al ideal de democracia comunitarista, que insiste en la cooperación, por lo que afirman que “la democracia de masas concebida como un intercambio entre intereses contrapuestos, un proceso en pro del consenso, o la combinación de estas dos figuras, empieza a ser una realidad”¹⁷.

Como se ha podido comprobar la participación a través de internet es una forma de participación con una serie de ventajas obvias que hay que saber aprovechar y una serie de dificultades que no podemos obviar. Para lograr una acción eficaz es necesario tener en cuenta una serie de elementos:

a) La articulación de los ciudadanos

A la hora de articular personas con intereses comunes, es frecuente recurrir a personas con algún tipo de vínculo relacional en la vida “real”, articulando comunidades ya existentes. Si queremos que internet sea una vía válida de participación política será necesario establecer una serie de formas a respetar que hagan que los representantes que reciben las propuestas puedan valorar su alcance, el apoyo de los ciudadanos que tienen detrás... Por eso, para resultar un buen instrumento democrático, internet deberá superar obstáculos como el de la inseguridad, que causan desde el anonimato o la dificultad de identificación de los remitentes a la relativa facilidad con la que terceras personas pueden alterar el contenido de los mensajes¹⁸. Este fenómeno conocido como spoofing, de momento es muy difícil de prevenir.

Por ejemplo, en Estados Unidos internet se ha convertido en nexo de unión de los sindicatos. La AFL-CIO, la federación de sindicatos estadounidenses, ha tratado de

¹⁷ Fisher, Bonnie, Margolis, Michael, Resnik, David. Annual meeting of the American Political Science Association, Septiembre, 1994.

¹⁸ En Agosto de 1995, un buen número de cibernautas recibieron un mensaje de la Casa Blanca en el que se les acusaba de haber intentado entrar en los ordenadores del Presidente. Al fin se descubrió que todo era una broma de unos “hackers” alemanes, que tomando mensajes oficiales de la Casa Blanca conservaban el encabezamiento y cambiaban el contenido.

convertir internet en arma clave para obtener un mejor aprovechamiento del poder de presión de sus 13 millones de miembros. Este fin le ha obligado a crear otros vínculos entre sus miembros, en este caso uno principal el del acceso a internet¹⁹. Para la realización del proyecto han establecido que cada una de las 68 organizaciones que la integran cuenta con un portal propio, al cual tendrán acceso directo los sindicalizados. Éstos podrán recibir información sobre su trabajo, las ofertas de empleo y la situación de las distintas acciones emprendidas por sus representantes.

John Sweeney, presidente de la AFL-CIO, resumió los dos aspectos sobresalientes de la empresa en una declaración: "Con workingfamilies.com estamos ayudando a cerrar la zanja creciente entre quienes tienen y quienes no tienen acceso a la tecnología, y también brindamos a las familias de trabajadores nuevas formas de vincularse unos con otros y hacerse escuchar."

Además, aspecto nada menor de la iniciativa, ésta debería ampliar la influencia de los sindicatos en quienes trabajan en la industria informática. Asimismo, posibilita la acción coordinada entre trabajadores de varios países.

Otro obstáculo a superar es el de las desigualdades que provocan las, de momento, reducidas posibilidades de acceso, ya que internet se presenta sólo accesible para un grupo creciente, pero aun escaso, de personas de la misma extracción social. En los distintos países, se han llevado a cabo diversas medidas, tanto a nivel privado como público, para facilitar a todo el mundo su acceso a esta nueva civilización. En España, todos los partidos incluyeron este punto en su campaña prometiendo que once millones de españoles podrán conectarse a la red, durante la próxima legislatura (33%), además de garantizar a todos los escolares el acceso gratuito a Internet en tres años, implantar una tarifa plana asequible para todos, abrir aulas de informática para los ciudadanos en las bibliotecas públicas, conectar los hospitales y los centros de atención primaria mediante redes de banda ancha, extender el uso de Internet en las PYMES, impulsar medidas en la Administración para que todos los ciudadanos puedan resolver solicitudes

¹⁹ La compañía creada especialmente para ofrecer estos nuevos servicios se llama Workingfamilies.com. A partir del 1 de diciembre brindará acceso a la Red por 15 dólares mensuales (el acceso en general cuesta más de 20 hoy en día) y venderá ordenadores por 600 dólares, con un sistema de crédito concebido para que la factura mensual no rebase los 30 dólares. La iniciativa intenta dar una solución a las conclusiones de los estudios oficiales recientes que subrayan la existencia de una brecha cada vez más grande entre ricos y pobres en materia de acceso a Internet.

y reclamaciones a través de Internet...²⁰. En Europa también se han movilizado los poderes públicos y el Presidente de la Comisión, Romano Prodi, hizo público hace unos días el programa “e Europa”²¹ que incluía diez propuestas para afianzar el uso “la red” en Europa.

De todos modos, y aunque una dualización social que agrandara la desigualdad de oportunidades podría ser un riesgo, como hemos visto en las estadísticas anteriores, el uso de la red es, y será mayoritario entre todos los jóvenes que con los años se van convirtiendo en sujetos políticamente activos, con lo que esto supone para la democracia.

En esta línea otro de los peligros es “la concentración de un poder inmenso en pocas manos y fuera de todo control democrático”²². Internet no puede estar al servicio de grandes instituciones con medios para desarrollar espectaculares campañas que carentes de un verdadero sustrato social y para eso el acceso universal y la formación en la utilización de las nuevas tecnologías son las únicas armas para que las campañas sean reflejo del interés general.

b) Al servicio de la verdad

Para potenciar las propuestas y solicitudes que se realizan a través de internet no basta con una colección de adhesiones que no vienen a mostrar más que la cantidad de personas que se encuentra a favor o en contra de determinada política. Es necesario también, dada la facilidad de acceso, saber presentar una colección de propuestas cargadas de peso específico, al servicio de la verdad y respaldadas por personas de reconocido prestigio en la materia sobre la que se está trabajando. Este componente cualitativo, permitirá que los receptores de la campaña tengan acceso a fuentes de información, distintas opiniones científicamente fundadas... lo que sin duda multiplicara su atención y logrará que su valoración de las personas que apoyan la campaña sea algo más que una valoración puramente cuantitativa.

²⁰ Por parte del Gobierno se ha aprobado el Plan InfoXXI, con un presupuesto de más de 450.000 millones de pesetas; en el PSOE Joaquín Almunia se expresaba en términos similares (V Encuentro sobre el Programa Electoral Socialista, Sociedad de la información: un derecho para todos, 29.X.1999. El País, 30.X.1999).

²¹ Miércoles, 8 de diciembre de 1999. ABC, 9.XII.1999, “La CE llevará Internet, más barato y rápido, a todos los ciudadanos europeos”.

c) Sin excesos

Ya hoy, que la participación electrónica no es generalizada, el diluvio de información paraliza y cancela los beneficios que se pueden obtener de la tecnología. En la oficina del líder de la mayoría, el tráfico de correo electrónico fue tan intenso que sus colaboradores ya no podían enviarse mensajes unos a otros. La mayoría de los diputados se pronuncian rebasados e incapaces de sacar la cuenta sobre quiénes están a favor o en contra del impeachment. El republicano Billy Tauzin afirma que lee "montones" de mensajes cada mañana "sólo para tener cierta idea de lo que piensa la gente", pero dice que la decisión final saldrá "de dentro de mí".²³

La principal ventaja de Internet, es la de tratarse de una puerta abierta, pero ahí reside también su principal peligro. Frente a los costes de la televisión, o de cualquier campaña de prensa bien orquestada a nivel nacional, o internacional, Internet supone un escaparate gratuito y con una audiencia potencial, mundial, universal podríamos decir, y esto que hasta hace poco nos parecía utópico, se convierte día a día en una poderosa realidad. Esta facilidad de acceso, esta libertad de contenidos, esta universalización informativa... puede provocar, en el aspecto que nos interesa, un morir por éxito, que se traduciría principalmente en una sobrecarga informativa.

c) Sin olvidar el mundo real

Internet no es la panacea, exige un equipo de personas trabajando para facilitar la participación del resto de los ciudadanos. Se podría decir que la tecnología funciona mejor en la medida en que es empleada por una organización eficaz. La muy poderosa Christian Coalition, una de las más organizaciones más activas en la utilización de internet para la política, cuenta con un soporte básico llamado Inhouse Lobbyist que le permite escribir formularios específicos de cartas y distribuirlos de manera muy rápida.

Todos, incluso los más optimistas son conscientes del alcance actual de esta forma de intervención en la vida política e instituciones como la AIM para dar idea de su potencial hace referencia a sus relaciones con congresistas, con sus ayudantes, con gente de la administración, e incluso con lobistas. Así pueden defender los intereses de

²² Almunia, Joaquín. V Encuentro sobre el Programa Electoral Socialista, Sociedad de la información: un derecho para todos, 29.X.1999. El País, 30.X.1999

la industria de Internet porque, como anuncian “No other Internet organization is more connected in the Washington power structure”. La experiencia nos nos enseña que la utilización política de Internet como instrumento de participación política aun es hoy insuficiente y que las campañas que han salido adelante, siempre han contado con un representante en los lugares de decisión, o no necesitado al final de movilización de los ciudadanos en el mundo real. Por eso podríamos concluir que, de momento, Internet se nos presenta como un medio de apoyo al sistema tradicional, de negociación, de consenso político o de los representantes de intereses ante los congresistas.

La conclusión final no pretende ser innovadora y pasa, simplemente, por reconocer la importancia de la red en la construcción de esta nueva sociedad, que algunos denominan de la información; las infinitas posibilidades que este cambio social abre a la política, que como he pretendido mostrar durante el artículo empiezan a tomar un volumen aceptable, aunque insignificante frente a las previsiones de futuro; y los obstáculos democráticos que pueden ir apareciendo en el camino y que convendrá tener en cuenta, para guiar el desarrollo de la red.

Bibliografía esencial

Bennett, Daniel, Fielding, Pam. The Net Effect: How Cyberadvocacy is Changing The Political Landscape; 2000.

Bonchek, Mark S. 1996. Grassroots in Cyberspace. Harvard University Political Participation Project. MANUSCRIPT

Browning, Grahame. 1996. Electronic Democracy: Using the Internet to Influence American Politics. Wilten, CT: Pemberton Press

Casey, Chris. 1996. The Hill on the Net: Congress Enters the Information Age. Boston. AP Professional

Echevarría, Javier. Los Señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno. Destino, Barcelona, 1999.

Kamarck, Elaine. 1998. Campaigning on the Internet in the Off Year Elections of 1998. Visions of Governance in the Twenty First Century.

Lessing, Lawrence. El código y otras leyes del ciberespacio. Taurusdigital, Madrid, 2001.

²³ DigiTalCual, 18 de diciembre de 1998.

Rash, Wayne Jr. 1997. Politics on the Net: Wiring the Political Process.
New York. W.H. Freeman

Sartori, Giovanni. 1998. Homovidens. Taurus.