

Vox Populi, Vox dei

Ariel Torres

PRIMERA PARTE

El nuevo escenario global

Vox populi, vox dei. El antiguo proverbio, erróneamente atribuido al historiador inglés del siglo XIII Guillermo de Malmesbury y repetido innumerables veces hasta vaciarlo de sentido, hoy, nueve siglos más tarde, es una ley de hierro.

Es que, finalmente, el hombre común, la gente, el público –tal es el verdadero significado de la palabra *populi* en dicho contexto, y no, como se pretende, “el pueblo”– tiene voz. Es menester no sólo prestarle oídos, sino también aprender de sus dichos, trabajar en equipo con el lector, el oyente, el espectador. No hacerlo supone quedar anclados a un pasado que no sólo ya no existe, sino que no ha de volver.

Las páginas que siguen serán, me temo, inquietantes. El mundo ha cambiado en los últimos 30 años como no había cambiado en los cinco siglos anteriores; por lo tanto, muchas, si no acaso la mayoría, de las reglas de juego que hemos aprendido, que ponemos en práctica a diario, se alterarán y lo harán de formas todavía imprevisibles¹.

Suena bien, hasta políticamente correcto, proponer que el espectador participe de la producción de una película, una serie o una obra de teatro, que sea el lector quien complete activamente nuestro artículo, que la *vox populi* tenga un espacio en las decisiones de un gobierno. Pero la transformación va mucho más allá de las meras formalidades, no alcanza con pintarrajear un barniz de Modernidad 2.0². Es necesario, es urgente cambiar de actitud y entender que nada puede seguir siendo igual en una sociedad en la que 2000 millones de personas pueden contar con el mismo poder de *broadcasting* que el más próspero de los multimedios. En ocasiones, mayor³.

Así que el sobresalto que provoque el análisis por venir no es nada comparado con los movimientos orogénicos que están ocurriendo en la sociedad, en las costumbres, en los cimientos de la civilización que damos por sentados. No está en mi intención, pues,

1. El borrador de un decálogo de las nuevas reglas de nuestras profesiones, tal como las vamos aprendiendo con la práctica, al final de este capítulo.

2. Se le pone hoy 2.0 (por la Web 2.0) a todo, con o sin sentido. En rigor, llamamos Web 2.0 a la Web participativa, y los procesos propios de las redes sociales son denominados genéricamente 2.0.

3. Un canal de TV, paradigma del poder de *broadcasting*, tiene sólo un alcance local. YouTube, en cambio, es global.

el alboroto. Más bien, mi deseo es, en esta primera parte, brindar una mirada de campo amplio, desconectada de la coyuntura, ligada, espero, al futuro.

El primer derecho que menciona la Declaración Universal de los Derechos Humanos, antes incluso de entrar en el detalle de los artículos, es la libertad de expresión. Tiene sentido. Este rasgo único en la naturaleza, el habla, es el que nos consigna como humanos. Reflejo posiblemente involuntario del poder del lenguaje, la libertad de expresión es la que abre la puerta a todos los otros derechos fundamentales del hombre. No poder expresarse –y la única forma verdadera de expresión es la libre expresión– es estar sometido a la esclavitud, una esclavitud de orden tan profundo que cancela, por definición, cualquiera de los otros derechos humanos.

La pregunta es: ¿por qué es tan importante el habla, el lenguaje natural de la especie humana?

De trinos y fonemas

Importante y anómalo es el lenguaje de nuestra especie. No existe ninguna otra forma de vida capaz de lo que nosotros hacemos desde muy pequeños con nuestra voz. El truco lingüístico es tan perfecto y a la vez tan cotidiano que pasa inadvertido. Hablamos, qué novedad. Claro, ¿pero qué es hablar?

Aprendí esto, no sin asombro, en mis primeros días de la carrera de Filosofía y Letras. Fue un descubrimiento que me desveló durante semanas. Una verdad que había tenido a la vista día y noche durante toda mi vida, y, sin embargo, no se me había revelado. Había sido, no obstante, un enigma desde mis primeros pasos.

Me crié en el campo. Estuve expuesto, por lo tanto, a la comunicación de toda clase de animales. Cualquier día de mi infancia estaba lleno de los ladridos de los perros, el relinchar lejano de algún caballo, el piar, que aprendí pronto a identificar, de varias docenas de especies de aves, el mugido de las vacas, las cigarras veraniegas y el canto de los grillos, cuya frecuencia permitía calcular con notable exactitud la temperatura ambiente. De todos, eran los gatos domésticos los que me parecían más prodigiosos. Capaces, lo sé hoy, de producir de 16 a 22 vocalizaciones discretas, parecían tener un sonido para cada necesidad.

Y estábamos, además, los grandes bípedos parlanchines. Mi propia producción discursiva fue, desde muy pequeño, exuberante; no paraba de hablar. Pero me preguntaba, bien que sin plantearlo científicamente, por qué los pequeños compañeros de aventuras que rodean la vida de un chico de campo no podían responderme cuando me dirigía a ellos (sí, también debían soportar mis interminables discursos).

Me llevó casi dos décadas y la ayuda de una extraordinaria profesora de Gramática de la UBA, Ofelia Kovacci, abrir los ojos respecto del milagro del lenguaje humano. Es indudable, los animales se comunican, y no sólo por medio del sonido, sino también usando señales químicas, visuales y eléctricas. Pero hay algo que no son capaces de hacer. No hablan como nosotros. Vaya novedad, pero ¿por qué?

Como la mayoría de los vertebrados, nosotros podemos producir un número limitado de sonidos diferenciados. No muchos más, de hecho, que los felinos domésticos. Pero somos capaces de algo más, algo nuevo en la historia de la evolución natural. Combinamos esos sonidos para formar palabras y luego ordenamos esas palabras para construir oraciones. Basta cambiar un solo sonido para convertir casa en caza, asco en saco, lana en lava. Un solo sonido nos lleva del tibio abrigo al letal regurgitar de un volcán. Un leve cambio en la figura tonal transforma la aseveración convencida en un interrogante. Y de esto, que ya es mucho, pasamos al sintagma, a la oración.

No es que un animal no razone ni sienta. Lo que no puede es poner en práctica esta doble articulación del lenguaje; es decir, combinar sus vocalizaciones para producir un número infinito de significados y expresar así sus razonamientos, deletrear sus ideas, comunicar sus sentimientos con la aguda precisión del poeta.

Este mecanismo está inscripto en nuestro ADN y es el sello de nuestra humanidad. También de nuestro progreso como especie. Su inmenso poder, mayor que el de las garras y dientes de nuestras presas y depredadores del neolítico, nos permitieron pasar de las cavernas a la superficie lunar en unas pocas decenas de miles de años. La matemática y la lógica devienen de esta novedosa destreza (son lenguajes formales⁴) y, por lo tanto, todas las ciencias, todas las opiniones y respuestas, y, sobre todo, las punzantes preguntas que nos han catapultado al futuro.

El habla, el lenguaje, la expresión verbal o escrita, nos definen como seres humanos.

Desideratum

No es, pues, casualidad que, aun sin haberlo planteado en estos términos, sea la libertad de expresión la primera que menciona la Declaración Universal de los Derechos Humanos. La Declaración misma es, después de todo, producto de nuestra capacidad lingüística. De otro modo, nunca podríamos haberla redactado.

Sin embargo, y pese a sus buenas intenciones, la libertad de expresión y de opinión nunca fue efectivamente ejercida por la inmensa mayoría de las personas. Era un desideratum, era algo que quedaba bien declarar, pero que en la práctica nos estaba vedado.

4. Significan por medio de la forma no de la semántica. Así $1+1=2$ cuenta para fósforos o elefantes indistintamente.

Para muchos, para los más jóvenes, habituados al blog, a Facebook, a Twitter, esta afirmación puede sonar exagerada. Pero no lo es. Tan sólo 30 años atrás, cuando Internet todavía no había llegado al público, si alguien quería comunicar sus ideas, sólo tenía una opción: ir a un lugar concurrido y gritarlas con voz en pecho a los cuatro vientos. Muy probablemente, el sujeto habría terminado en la comisaría local. O en el manicomio. Los argentinos, que todavía vivíamos bajo el yugo de una dictadura, al igual que muchos habitantes del planeta, corríamos riesgos todavía mayores.

No, nada de libre expresión. Ni siquiera en las naciones más avanzadas. Amigos y familiares podían oír nuestras opiniones, pero el contexto tecnológico funcionaba como un cepo para este derecho que habíamos declarado pomposamente en diciembre de 1948. Los medios de difusión, es decir, de expresión, eran tan costosos que resultaban inalcanzables. Así que podíamos tener, legalmente, el derecho, pero en los hechos no había modo de alcanzar al otro.

Eso estaba por cambiar para siempre.

De la PC a Internet

El primer paso fue igualmente revolucionario, aunque no tuvo que ver de forma directa con la libertad de expresión. Cuando el gigante informático IBM lanzó su PC y entró así en el incipiente negocio de la computación personal, el 12 de agosto de 1981, ocurrió algo inédito: el poder de cómputo bajó a precios que estaban a alcance de gran parte del público. Hasta entonces, por sus costos y porque a nadie se le ocurría que al público podía interesarle tener una computadora en su casa (mucho menos en el bolsillo, como hoy), el poder de cálculo, estrenado, tal como lo conocemos hoy, en 1946, estaba confinado a las grandes corporaciones y los gobiernos.

El modelo 5150, mejor conocido como IBM/PC, liberó esta potencia y la llevó a las manos de centenares de miles de personas, tentó a empresas pequeñas y medianas de todo el mundo, y esto construyó, casi de cero, una industria que impulsó la reducción de tamaño y de precio a la vez que aumentaba la velocidad de cómputo. Era un escalón indispensable para la revolución que se avecinaba: Internet.

Sin computadoras no existiría la red de redes, así que para que llegáramos a las instancias actuales hizo falta que los dispositivos informáticos se multiplicaran por millones a la vez que se abarataban. Entonces, en 1989, nació el primer proveedor de Internet para el público en general, el estadounidense The World. Conocemos el resto. La etapa comercial de la Red ha llevado la conexión global a 2000 millones de seres humanos, hay más de 5000 millones de celulares, muchos de ellos verdaderas computadoras de bolsillo, más de 2000 millones de PC o equivalentes, y la economía planetaria depende tanto de estos equipos y de Internet como del petróleo. Es decir, las computadoras e Internet llegaron para quedarse, no hay vuelta atrás.

De libros y prejuicios

Este breve relato, fidedigno y bien conocido, omite sin embargo un dato crucial. En 1981, un poco antes de que saliera la PC al mercado, los países industrializados contaban con rayos X, transplantes de órganos, marcapasos, televisión en color, antibióticos, vacunas y aire acondicionado. En 1969, habíamos puesto los pies en la Luna, nada menos. Éramos una civilización avanzada, qué duda cabe.

Pero, dentro de nuestras propias casas, estábamos amordazados o en silencio. La tecnología más avanzada de la que disponíamos para producir nuestros propios contenidos era la máquina de escribir, cuya patente es de 1867. Más de un siglo atrasaba el reloj de las personas comunes. De expresarnos, nada. El teléfono era uno a uno. La televisión era unidireccional. Además, de verdad, ¿para qué querían las personas comunes crear y comunicar? ¿No era bastante que pudieran ver la final del campeonato mundial de fútbol a todo color y en directo desde la comodidad de su sofá?

El pequeño problema de esta clase de prejuicios, que han teñido toda la historia humana⁵, tiene dos caras. Por un lado, se suponía que teníamos el derecho de crear y expresarnos; así que, aunque no quisiéramos ejercerlo activamente, deberíamos haber contado con ese privilegio. La verdad es que, como se dijo, la libertad de expresión estaba, por entonces, reservada a las celebridades, los políticos y los periodistas.

Por otro lado, esta clase de vaticinios nunca resultan acertados. Como había ocurrido con los libros, las personas comunes no sólo adoptamos las computadoras e Internet rápidamente, sino que las hicimos florecer.

Cuando el calendario de las personas comunes se empezó a ponerse al día, a partir de agosto de 1981 y luego de la apertura de Internet a los particulares, el mundo cambió por completo, como había cambiado en los 500 años que siguieron a la invención del libro para las masas, y lo hizo en menos de un par de décadas. Pasamos de la máquina de escribir a llevar en el bolsillo dispositivos informáticos que son más poderosos que los centros de cómputo de la década de los setenta. Pasamos de la sorda televisión a una conexión de banda ancha, cuyo alcance planetario casi no conoce límites.

Hoy, por 50 centavos de dólar la hora de locutorio, en unos pocos pasos simples, sin más destreza que la de saber leer, escribir y usar el correo electrónico, cualquier persona en un país democrático puede alcanzar una audiencia potencial de 2000 millones de seres humanos. Cifra que, va de suyo, crece a pasos agigantados.

5. A Gutenberg, que inventó la imprenta de tipos móviles más 500 años atrás, también le dijeron que a nadie iba a interesarle los libros. Pero en los 50 años que siguieron a su *Biblia* en 42 líneas, completada en 1455, se imprimieron en Europa más de 9 millones de volúmenes; se habían fundado durante ese período alrededor de 250 imprentas en el Viejo Mundo.

Incluso, en los países sometidos a gobiernos autoritarios, la tecnología se las apaña, de mil modos⁶, para sortear los obstáculos. Las recientes revueltas en Medio Oriente son una prueba de esto.

No todo es simple, sin embargo. En 2005, el periodista chino Shi Tao recibió una condena de 10 años en prisión por haber usado su cuenta de correo electrónico de Yahoo! para informar al mundo sobre las medidas que el Gobierno de su país estaba instrumentando para acallar a los activistas disidentes con vistas al decimoquinto aniversario de las protestas de Plaza Tian'anmen. Sobre cómo fue apresado, pese al supuesto anonimato de la Red, volveremos después; en todo caso, el Gobierno chino pidió a Yahoo! los detalles filiatorios de Shi Tao, y la empresa se los entregó.

El terremoto de Twitter

El escenario global ha sufrido, pues, una transformación profunda. Pasamos de un contexto en el que sólo una élite que contaba con los medios para comunicar y expresarse a otro en el que un tercio de la población humana (la proporción es muchísimo mayor en las naciones democráticas) dispone de estas tecnologías. Esto significa, dicho rudamente, que 2000 millones de personas pueden tener su propio diario (un blog, por ejemplo), su propia radio (en vivo o por *podcast*⁷), su propio canal de televisión (YouTube y muchos otros). En estas circunstancias, de por sí inauditas, vinieron a insertarse, sin rubor, las redes sociales, cuyo poder para potenciar la voz común es monumental. Un ejemplo de primera mano, para ilustrar este hecho.

El 27 de febrero de 2010 a la madrugada me fui a dormir habiéndome enterado de un dato raro. Vía Twitter⁸, un amigo de Mendoza me había comentado que había habido un temblor tan intenso que habían tenido que salir de las casas y quedarse en una plaza cercana. En los noticieros televisivos todavía no había información al respecto, lo que me dejó pensando en cómo Internet y las redes sociales habían desplazado, al menos respecto de este dato en particular, a la todopoderosa TV. Pero lo que ocurriría luego sería de una escala nunca antes vista.

El temblor en Mendoza había sido resultado del atroz terremoto que sacudió a Chile aquella misma noche. Lo descubrí, también en Twitter, a la mañana siguiente (sí, miro primero mis computadoras antes de ver la TV). Pero esta red social excedería pronto la mera función informativa.

6. Este es otro dato importante: dado que todo lo que conocemos como información se ha convertido en secuencias numéricas –de allí la palabra *digital*– hoy es prácticamente imposible aprisionar un dato, cada día es más difícil imponer la censura, aunque es, al mismo tiempo, mucho más sencillo espiar a los ciudadanos. Volveré sobre el tema más adelante. Ver punto 7 del decálogo, al final de este capítulo.

7. Un *podcast* es un programa de radio que bajamos de Internet para escuchar en el iPod o, en rigor, en cualquier reproductor de música digital.

8. Twitter (<http://twitter.com>) es un servicio de microblogging que permite emitir breves mensajes de 140 caracteres, que son leídos por las personas que nos siguen.

Luego de la impresión inicial, traspuestos mis reflejos de periodista, caí en la cuenta de que esos 140 caracteres podían ser de enorme ayuda. El sismo había desbaratado casi toda la infraestructura técnica del país hermano, pero los celulares en general seguían funcionando, y el frugal servicio de Twitter no requería de conexiones rápidas. Era hora de hacer algo más que informar.

Durante las siguientes 48 horas, casi sin descanso, me dediqué, junto a muchos otros, a propalar por medio de Twitter la información que obteníamos. Sobre todo, lo que aconsejaba la Cruz Roja. Además, y esto fue fundamental, dábamos a conocer los nombres de las personas buscadas, nombres que proveían, por el mismo medio, sus familiares. Antes de que terminara ese sábado había en línea ya un sitio Web con listas de nombres. La Radio Cooperativa de Chile usaba, dos días después, estas listas para continuar con las búsquedas.

La realidad se había invertido. Las personas comunes, en equipo, colectivamente, de forma remota y dispersa, gracias al poder de Internet y la ubicuidad de los teléfonos móviles y las computadoras portátiles, sumando, cada una, una pequeña porción de la ayuda, estábamos funcionando como un medio de difusión incansable que sirvió de base a un medio tradicional. Sobre todo, habíamos servido para algo. Por primera vez en nuestra vida, el terremoto no era un trágico espectáculo televisivo, inalcanzable, inapelable. La *vox populi* fue más allá de la opinión y se convirtió en un brazo útil.

El control de la información

La mudanza no es menor. Sea claro o no a estas alturas, es menester afirmarlo: la información es poder. Siempre lo fue: en Asiria, en Atenas, en la Roma de los Césares, en Alejandría, en los feudos medievales, en la Rusia de los zares, en la Alemania nazi, durante la Guerra Fría. No por otro motivo se ejerció sobre la información un control tan férreo.

Antes de la imprenta de Gutenberg, las cosas eran sencillas. El poder de la información residía en el apretado puño de unos pocos –poquísimos– privilegiados. No el poder del conocimiento, aunque este estaba también vigilado, sino de la información. Eso que consumimos hoy a diario era un bien inexistente. En el mejor de los casos –la democracia de Solón, por ejemplo– unos pocos miles de ciudadanos atenienses se mantenían informados de la *res publica*. Por debajo, hacinados, privados de todos sus derechos, centenares de miles de seres humanos reptaban la vida de los esclavos.

La Edad Media construyó el mito del *bárbaro* y, sobre él, asentó un sistema sociopolítico en el que el señor feudal *protegía* a sus vasallos de la amenaza a cambio de sus derechos y su patrimonio.

Cuando la democracia se hizo posible y nació el periodismo, con la impresión industrial de papel, el control cambió de manos. Hubo más miradas más independientes. Esto sólo hizo que la escena global cambiara radicalmente. Avanzamos al siguiente estadio: el control de la información se había fragmentado. Era mucho más difícil, aunque no imposible,

inventar y sostener una mentira. Por eso, una de las primeras medidas que adoptó el régimen nazi, simultáneamente con la destrucción de la República de Weimar —que había llegado a ser de las más progresistas de Europa—, fue la aniquilación por decreto de toda la prensa no oficialista, a la vez que invertía millones en diarios adictos al Führer. Más aún, explotó como nadie hasta entonces el inmenso poder de la recién nacida radiofonía⁹.

En nuestro propio tiempo, el supuesto descubrimiento de armas de destrucción masiva en Irak, pretexto que Estados Unidos empleó para invadir el país, fue posible gracias a que las otras miradas, internas y externas, estaban ausentes en esa nación.

Cantidad, no calidad

El número de miradas y de voces es, por lo tanto, la clave. No la calidad. Con la llegada del poder de cómputo y de *broadcasting* a varios miles de millones de seres humanos, el poder sobre la información de nuevo está cambiando de manos, sólo que a mucha mayor escala y a una velocidad inaudita. Ese poder se está atomizando, y de él dependen casi todos los demás.

Sostener una mentira es a cada minuto más complejo; en muchas ocasiones, del todo imposible. Por eso, los poderosos apuntan sus cañones psicológicos a atacar la calidad de la información, asumiendo un rol en apariencia paternalista pero en el fondo fiscalizador. Sin embargo, su problema nunca es que la información que recorre las arterias incontrolables de Internet sea de mala calidad, falsa o tendenciosa. Su problema es, por el contrario, que esa información sea verdadera.

Desde luego, y sobre todo entre médicos, científicos, periodistas y muchos otros profesionales que hacen de la calidad informativa su oficio, esta atomización preocupa, pero su recelo se despierta frente al dato falso. La verdad, para ellos, no importa de dónde provenga, siempre es bienvenida. No se dedican al control sobre la información, al menos en la mayoría de los casos, sino que han hecho de la verdad una meta. Sí, por supuesto, durante varios siglos estuvieron en el timón y, aunque fuera como un efecto secundario, a veces de forma inevitable, fiscalizaban qué se difundía y qué no. Pero no es el objetivo de sus profesiones. Por eso, el periodismo tan rápidamente ha incorporado a su proceso informativo el video que envía un televidente desde su celular o el dato clave que el lector aporta por medio de un comentario.

La política y, en cierta medida, la economía se apoyan, en cambio, sobre el control de la información. No importa si se dice una verdad o una mentira, lo que importa es qué se difunde, cuándo, a quién. Verdad o mentira, es lo de menos. El foco está puesto, como lo ha estado desde los orígenes de la civilización, en la vigilancia de lo que el *populi* sabe. Esta era ha llegado a su fin.

9. Las primeras transmisiones públicas fueron en 1920; una de ellas, en la Argentina, el 27 de agosto de ese año a las 9 de la noche, desde el teatro Coliseo.

Todos somos el otro

En 2007 le hice un reportaje para el diario *La Nación* de Buenos Aires a Vinton Cerf, uno de los dos hombres que inventaron Internet (el otro es Bob Kahn¹⁰). Luego de las preguntas que tenía preparadas, casi terminada la charla, le planteé una idea que en esos días estaba empezando a darme vueltas: que cada vez es más difícil ejercer la censura, dada la cantidad de miradas y de voces en el mundo interconectado. Cerf admitió que esto era cierto, pero señaló que el desafío estaba en los 4500 millones de personas que todavía no tienen acceso a la Red.

Su respuesta me reveló, entonces, que no era la calidad de las miradas y las voces lo que importaba, sino su número. El razonamiento es prístino. Si la mayoría de los seres humanos es malvada, si lo que decimos es sistemáticamente falso, tendencioso y dañino, entonces, con o sin censura, con o sin control estricto de la información, de todas formas la civilización está condenada.

Si, en cambio, y como es mi creencia, la mayoría de las personas es esencialmente buena, entonces cuantas más miradas y más voces, mejor, y la censura será recordada dentro de un siglo –no creo que antes– como otra monstruosidad inexplicable en la historia de la humanidad.

Daré un ejemplo muy concreto, muy cotidiano, muy fácil de verificar, que echa luz sobre la importancia del número de voces sobre la calidad de cada mensaje¹¹. Cada vez que menciono la enciclopedia libre *Wikipedia* ([ww.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)), alguien me pregunta cómo puedo confiar en artículos que cualquiera puede redactar y editar. Mi respuesta es: si ni siquiera podemos hacer entre todos una simple enciclopedia, ¿cómo pretendemos llevar adelante una sociedad entre nosotros?

Para ser más claro: si para hacer una simple enciclopedia necesitamos una autoridad superior, entonces la democracia es imposible, y el hombre está condenado a vivir bajo dictaduras.

La buena noticia es que la inmensa mayoría de los artículos de la *Wikipedia* es impecable. Salvo, previsiblemente, donde los intereses políticos, sectoriales o económicos han hecho de las suyas, modificando los datos para su conveniencia. Pero esto no hace sino delatar una maniobra a la antigua, una maniobra que pretende fiscalizar qué se dice, qué se sabe. Es tan torpe que causa risa.

Es notable que el prejuicio de que la gente común no debe poner sus inexpertas manos sobre el delicado control de la información esté tan soldado a nuestra cosmovisión que

10. Vinton Cerf y Bob Kahn crearon los protocolos TCP/IP en 1977.

11. Chris Anderson, en su blog *The Long Tail*, afirma que *Wikipedia*, Google y otros fenómenos de Internet –entre los que ahora podríamos sumar a Twitter– sacrifican la calidad en el detalle para maximizar la cantidad de información disponible y funcionan probabilísticamente.

caemos en el absurdo de desconfiar de nosotros mismos. ¿O acaso no somos todos, en uno u otro sentido, *populi*? Todos somos el otro.

El número de miradas y de voces es la clave. Por eso, no tiene ninguna validez argumentar que Internet está infestada de rumores, de afirmaciones no verificadas, de una mediocracia informativa. Sí, hay mucho rumor y el que miles de millones de personas puedan acceder al poder de cómputo y de *broadcasting* no los convierte automáticamente en profesionales, ni en probos. Todo es cierto. Pero con el mismo criterio, deberíamos haber eliminado los libros, puesto que muchísima gente o casi no lee o lee textos de poco valor literario. Sin embargo, no nos importa alfabetizar para que lean a Tolstoi; lo que sabemos es que, en el mundo moderno, una persona analfabeta tiene todas sus posibilidades de progreso canceladas.

Ocurre lo mismo con este nuevo poder que ha surgido al llevarles a las masas no ya el libro y la alfabetización, sino el poder de cómputo y de *broadcasting*. No debería importarnos si lo que se publica en blogs, comentarios, foros, Twitter y Facebook es frívolo, liviano o no del todo exacto. No es, nunca fue, el asunto en discusión.

Por el contrario, debería importarnos el que todas esas miradas y voces son garantía de que el flujo de información ya no puede ser controlado por una élite. Se ha vuelto capilar. En no mucho tiempo ya no existirá la más mínima posibilidad de custodiarlo. Seremos entonces, todos, el *populi*, una civilización adulta, sin necesidad del paternalismo informativo, que, en general, no aportó nada y más bien causó mucho daño.

Observe el lector que no estoy poniendo en tela de juicio el ejercicio de una profesión, sino exclusivamente el control de la información. Va de suyo que la voz común no me servirá de nada para aterrizar un avión de pasajeros o para operar una hernia. Lo que nos lleva a nuestro asunto: ¿dónde quedamos situados los periodistas y profesionales del entretenimiento en este nuevo esquema?

SEGUNDA PARTE

Las nuevas reglas de juego

Una cosa parece cierta: las personas no somos aficionadas a que nos mientan ni nos gusta aburrirnos. Seguiremos deseando que alguien se ocupe de brindarnos la noticia verificada al final del día; seguiremos queriendo ver una buena película, leer un buen libro, asistir a una buena obra de teatro; no nos conformaremos con productos de segunda, por muy entusiasta que haya sido su factura. El mundo no ha cambiado ni un poco en ese sentido. Hasta donde puedo ver, por el contrario, se ha vuelto todavía más exigente.

Por eso establecí una línea tan tajante entre controlar y crear. Los profesionales de la prensa y del entretenimiento no sólo no se quedarán sin trabajo, sino que, en la mayoría de los casos, se encontrarán más atareados. Pero, y esto es inevitable, un cambio de escenario

tan rotundo no podía dejar de influir en nuestras actividades. Esto significa que tendremos que aprender a trabajar de nuevas formas y a respetar nuevas reglas.

Respecto de las nuevas formas de trabajar, puesto que este capítulo no trata de los nuevos medios, haré sólo una mención sucinta del asunto. Aunque los detalles pueden demandar un entrenamiento más o menos extenso, el concepto básico es simple: la revolución informática que les ha llevado a varios miles de millones de seres humanos el poder de cómputo y de *broadcasting* también nos incluye a periodistas y profesionales del entretenimiento.

Es decir, nuestros oficios pueden verse potenciados por herramientas que hace treinta años sólo podíamos soñar; para muchos profesionales esta es ya una realidad cotidiana. Entrenados como estamos para producir obras de altísima calidad, los nuevos lenguajes y medios no pueden sino mejorar y ampliar nuestras posibilidades. Por añadidura, en cinco minutos podemos crear un blog, sin depender del más lento y menos versátil andamiaje industrial clásico. Si producimos videos, YouTube está ahí para difundirlos. Si hacemos radio, montar una emisora *online* es extremadamente sencillo (y gratis). No veo dónde o cómo estas magníficas posibilidades pueden constituir una amenaza, como algunos temen.

Es comprensible, no obstante, que ciertos profesionales encuentren chocante la idea de explorar nuevos territorios, tras una vida de hacer las cosas de la misma forma. No puede hacerse nada contra esa resistencia, aunque, salvo en casos especiales¹², no augura nada bueno. Permanecer en el mismo lugar cuando la sociedad planetaria ha experimentado tal desplazamiento es pasaporte a la declinación profesional.

En mi experiencia, esa resistencia es más bien un reflejo condicionado, no fruto de la reflexión. Creadores y periodistas son curiosos por naturaleza, y he visto muchos profesionales que, luego de echar mano tímidamente de algunas de las nuevas herramientas, perdieron todo prurito y se lanzaron de lleno a usar la paleta digital entera. Sostener que la máquina de escribir es mejor que una computadora, sinceramente, tiene más que ver con la nostalgia que con los valores concretos de una y otra tecnología. He trabajado más de 32 años como periodista, la mitad redactando a puñetazos sobre el antiguo teclado de la máquina de escribir. No volvería a ella ni por todo el oro del mundo. Desconectada de Internet, mecánica y sin autocorrección, no me permitía editar una palabra mal escrita o cambiar un párrafo de lugar, insertar con un clic notas al pie, copiar y pegar, imprimir con calidad láser o añadir una imagen¹³.

12. Sí, claro que es posible que todavía alguien pueda producir un texto periodístico de una factura insuperable con su máquina de escribir, que una obra literaria inmarcesible sea producida con pluma y papel, pero la verdad es que no fue la pluma de ganso la responsable del talento de Shakespeare ni la legendaria máquina de escribir de Sábato tuvo incumbencia alguna en la génesis de *Sobre héroes y tumbas*.

13. El gran Alfredo Parga, a quien consideré un maestro del oficio, redactó siempre sus notas en una máquina de escribir, la última que siguió sonando en la Redacción de *La Nación* a principios de este siglo. Se merecía tal privilegio. Pero cada tanto se me acercaba y me confiaba que le interesaban las computadoras. "Ariel, uno de estos días usted me tiene que enseñar a usarlas", solía decirme. Tenía casi 80 años.

Por lo demás, el que un profesional se indigne porque hoy tiene que aprender informática para hacer su trabajo es más o menos tan disparatado como que en 1930 un periodista se enfureciera porque debía aprender a usar el teléfono. Ya he tratado esto en otro lado¹⁴, y no abundaré aquí, pero nuestros oficios siempre han dependido de la tecnología. Hasta el *deus ex machina* del teatro romano –y esto fue mucho antes del teléfono o la PC– necesitó que alguien hubiera pergeñado primero la polea. El piano, que nos parece ahora tan romántico, fue un invento de Bartolomeo Cristofori, cuya tecnología llevó más de 10 años refinar. J. S. Bach no rechazó el piano por razones sentimentales, cuando Gottfried Silbermann le mostró los primeros modelos, sino porque las notas agudas sonaban demasiado bajas para permitir un rango dinámico completo. El propio Bach ayudó a vender los pianos de Silbermann a partir de 1747, una vez pulido este defecto.

Así que aprender de qué la va esto de las computadoras e Internet no es un opcional. En la carrera de periodismo de la Universidad de Palermo, dicto una cátedra donde el alumno aprende todos estos asuntos, desde los aspectos más duros de las Ciencias de las Computación¹⁵ hasta las herramientas que ofrece Internet¹⁶. Por cierto, no lo hacen como ingenieros, sino como futuros periodistas. Cuando lleguen a las redacciones de alta tecnología que tienen hoy desde los diarios hasta los canales de TV (o cuando creen su propia red de blogs) estarán mucho mejor preparados que sus colegas para la tarea cotidiana. Esto ya no es el futuro. Es el presente.

Equipos ampliados

Pero no se trata solamente de aprender qué son los bits y los bytes o cómo buscar información de manera rápida y eficiente en Google. El nuevo escenario exige, como dije al principio, que integremos a un nuevo actor, uno que durante siglos fue pasivo, estuvo silenciado, el único control que tenía era el remoto de la tele: el público.

Hay –de nuevo– dos formas de enfrentar esta nueva realidad.

Una, resistirla, hacer un mohín de disgusto, soltar una serie de improperios contra la chusma ignorante y darle la espalda a todo el asunto.

La otra es trabajar en equipo con el público.

Darle la espalda es insensato por varios motivos. Primero, porque con darle la espalda no cambiamos la realidad. Los lectores y espectadores seguirán comentando y publicando en Twitter o Facebook sus opiniones. Segundo, porque a todos nos gusta ser escuchados y

14. *El periodismo que viene*, Pablo Mendelovich (compilador), Universidad de Palermo, Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires, 2010. Págs. 103 y siguientes.

15. Microprocesadores, lenguajes de programación, digitalización, redes, los protocolos y la infraestructura de Internet.

16. Blogs, redes sociales, Flickr, YouTube, Creative Commons, búsquedas en Google, Wolfram Alpha.

sólo tiene porvenir el creador que hoy quiere oír algo más que aplausos. Tercero, porque con la participación activa del público, las obras mejoran.

Mi consejo es, pues, trabajar en equipo con los lectores y espectadores. Enseguida daré algunos ejemplos, pero permítame aclarar algo antes.

No estoy hablando aquí de arte colectivo. La obra de arte, por motivos que sería muy largo desmenuzar, nace en solitario. Sin embargo, y esto lo sabemos todos los que trabajamos en periodismo y entretenimiento, ninguna obra llega al público de la mano de una persona sola. La obra es creada en solitario, pero se la produce, se la hace realidad, se la lleva al papel, a la pantalla o al escenario (o a Internet) gracias a un equipo. Desde el esforzado corrector que enmienda los deslices del novelista célebre hasta los setenta músicos que ensayan la partitura genial, lo que el público recibe es siempre el resultado de un trabajo en equipo.

Pues bien, todo lo que ha ocurrido es que ese equipo se ha ampliado: el público forma parte de él ahora.

Decálogo 2.0

Esto, claro está, no significa que todo lector y todo espectador desee todo el tiempo trabajar en equipo con nosotros. Es un poco más complicado. Hay que entrenarse aquí en una dinámica nueva e insólita, pero ineludible. Un ejemplo, ahora, que me servirá de puntapié inicial para el prometido borrador de un decálogo de los nuevos tiempos.

En 2010, el suplemento Tecnología del diario *La Nación* de Buenos Aires cumplió 14 años. Se imponía el clásico editorial de aniversario. Pero entonces se me ocurrió una idea: ¿por qué no pedirles a los lectores que escribieran ese editorial? A fin de cuentas, el suplemento es tan suyo como de los periodistas que lo hacemos; y digo que es suyo porque lo sienten como suyo, de la misma forma que el lector siente como suya esa novela amada o ese disco que lo acompaña desde la adolescencia.

Junté coraje y arrojé la propuesta un martes al mediodía en Twitter. La idea era que armáramos el editorial por medio de mensajes de 140 caracteres. Nunca había hecho algo así, era terreno inexplorado, y podía ocurrir cualquier cosa, desde un rotundo éxito hasta un total silencio de parte de los lectores. No ocultaré que tenía cierta ansiedad.

Regla N.º 1: *estamos adentrándonos en territorios no cartografiados, así que hay que estar dispuestos a abrir nuevos caminos, aunque esto nos llene de temor.*

Tras lanzar la propuesta, la avalancha de mensajes fue tal que a la madrugada de aquel día todavía seguía cosechando *tweets*; la columna que usualmente me demanda dos horas de trabajo me exigió esta vez más de 12 horas de constante esfuerzo (y eso que se dice que vamos a quedarnos sin empleo). Escogí unos 300 *tweets*, de los que publiqué un puñado en papel, donde el blanco siempre es limitado, y algo más de 100 en la versión online del

editorial. Fue un éxito en todo sentido. La columna no sólo hizo un aporte periodístico, abriendo nuevos caminos para otros colegas, sino que estaba sincronizada con los tiempos. Más importante todavía, los lectores sintieron que los escuchábamos, al punto de confiarles nada menos que el editorial de esa semana; editorial que, dicho sea de paso, quedó buenísimo.

Confiar en nuestras audiencias es vital. Obsérvese que una vez lanzada la propuesta en Twitter, ya no había forma de echarse atrás. Si no había respuesta, era muy malo. Si las respuestas no servían y no las usaba, era peor. Sólo podía funcionar de una forma: si los lectores que habíamos cosechado eran personas capaces, que sentían el supe como suyo y estaban dispuestos a ofrecer un poco de su tiempo para la ocasión. Lo hicieron y, sinceramente, superaron mis expectativas.

Pero fue algo que pasó inmediatamente después de esta experiencia lo que me abrió los ojos respecto de un hecho que nunca me había planteado (y que era lógico que no me planteara, dada la euforia generalizada del así llamado *periodismo ciudadano*). Al entrar en Twitter al día siguiente, varias de las personas que habían colaborado con el editorial de los 14 años del suplemento me advirtieron, un poco en broma y un poco en serio: “Bueno, Ariel, que no se te ocurra que ahora te vamos a escribir todos los editoriales, ¿eh?”

Esta experiencia me llevó a dos conclusiones, que me parecen de las más importantes y por eso consigno así:

Regla N.º 2: *hay que incluir a quienes tradicionalmente eran nuestro público en el proceso creativo; es decir, trabajar en equipo con los lectores/espectadores.*

Pero cuidado, el público sólo participará cuando lo desee. ¿Por qué? Porque tienen sus propias vidas, sus propios trabajos y sus propios tiempos. Debemos respetar eso, no lucrar con eso.

Regla N.º 3: *no todo el mundo quiere ser periodista o productor o escritor o actor o director de cine (etc.) todos los días.*

Regla N.º 3 (ampliación): como nuestros oficios son muy vocacionales, tendemos a creer que a) a todo el mundo le gustaría hacer nuestros quehaceres y, por lo tanto, b) todos están dispuestos a aceptar alegremente nuestras condiciones de trabajo.

La verdad es bastante diferente cuando uno se coloca en el lugar del otro, ejercicio que siempre viene bien y que en este caso es fundamental. Los periodistas tenemos niveles de estrés altísimos y trabajamos contra reloj todos los días, estamos expuestos públicamente, sometidos a los caprichos de los poderosos que preferirían que no difundamos lo que sabemos y, todavía más importante, llevamos el trabajo puesto; uno nunca deja de ser periodista, de una forma semejante a los médicos o los bomberos.

El actor, el músico, el productor deben hacer su magia incluso en días aciagos. El *show* debe seguir. El diario debe salir mañana.

Que aquellos que hemos elegido estas profesiones aceptemos y hasta hayamos metabolizado de forma positiva estas condiciones (por ejemplo, refugiándonos en el trabajo de las penas que nos ofrece cada tanto la vida) no significa que las demás personas sientan igual. Es igualmente cierto a la inversa. Muchos de mis lectores realizan a diario tareas que yo no toleraría sino muy de vez en cuando.

Por eso es muy importante no sólo comprender que el público delega en nosotros las tareas que hemos elegido, sino también aprender a darle el espacio que quiere, no el que nosotros necesitamos. No le podemos exigir nada. Y todo lo que nos ofrezcan, salvo los mensajes malintencionados, debe ser aceptado como un regalo y como un adicional. Estamos a su servicio, no al revés. Lo que nos lleva a la cuarta regla.

Parece obvio, pero tendemos a pasarlo por alto. Nuestro trabajo depende de que se cumpla una y sólo una condición: que al público le interese lo bastante para comprar el diario, la entrada de cine, para que se quede en ese canal, vaya al sitio Web y así. Es decir, nuestra meta última es crear audiencias. Si no lo hacemos, bueno, tal vez seamos genios incomprendidos, y el porvenir descubrirá nuestra obra y seremos famosos y respetados *post mortem*. En tales casos, poco puede aportar este artículo.

Todos los demás sabemos que la audiencia completa nuestro trabajo al leer, oír o ver nuestra obra. Durante muchos años, fue una entidad abstracta y mayormente ignorada. Hoy podemos conversar con nuestras audiencias de forma directa y sin intermediarios, sin cámaras de Gesell, sin *focus groups*, sin encuestas telefónicas. Una cosa es indudable en este punto:

Regla N.º 4: *nunca le de la espalda a su público.*

Dentro de nuestras posibilidades, individualmente o recurriendo a un equipo, no importa cómo y esto depende en muchos sentidos del tipo de trabajo que hagamos, siempre hay que prestar oídos al público, saber qué le pasa, qué siente, cómo son sus vidas, sus expectativas, sus deseos, sus miedos. Sus sugerencias para mejorar nuestro trabajo pueden ser de toda clase, desde impracticables hasta reveladoras; es lo de menos, porque no están a nuestro servicio, sino que es exactamente al revés: tenemos que oír, respetar y estar al servicio de nuestras audiencias. Sin el público, estaríamos hablando a solas, no seríamos nada. Si antes les ofrecíamos el mejor trabajo posible, hoy debemos añadir el prestarles oídos, invitarlos, cuando quieran y del modo que quieran, a participar del proceso creativo. Nunca darles la espalda.

Excepto en un caso:

Regla N.º 5: *no responda a la agresión.*

Sí, existen los *trolls*¹⁷, no son un mito. ¿Qué buscan? Producir una reacción. ¿Cuál es la respuesta adecuada? No obsequiársela. Cualquier cosa que respondamos, sea con

17. Sujetos que se dedican en foros, redes sociales y comentarios de notas a atacar de forma desmesurada al autor o a otros foristas o usuarios, buscando crear un clima hostil y *una guerra de flamas* (guerra de insultos y agresiones).

mayor agresión –lo que nunca es buena idea– o con la mayor de las cordialidades, hará que el *troll* redoble su ataque. En estos casos, y sólo en estos casos, hay que aplicar la más completa indiferencia. Puede no ser fácil, concedido, pero está probado que constituye la única táctica segura para desactivar a un *troll*. Según los entornos, se puede también denunciar al sujeto por abuso, pero deben tomarse en cuenta dos cosas aquí. Primero, la denuncia es una forma de reacción, no es pura indiferencia. Segundo, el *troll* puede, en cinco minutos, crear un blog desde donde continuar sus ataques, y tampoco queremos eso.

Regla N.º 6: *si no posteás, no existís.*

Al revés que los medios tradicionales, en Internet no hay cortes de transmisión¹⁸. Y como hay muchas voces y no es unidireccional (como la radio, la TV o los diarios), si uno no habla, otro lo hará. En el contexto virtual de la Red, *postear* (publicar *online*) equivale a existir. Puede que alguien durante algún tiempo te extrañe si no aparecés en Twitter, no comentás en Facebook o no actualizás tu blog. Pero en breve tu espacio será llenado por otro.

La buena noticia es que, si hacemos algo de valor y realmente original, nuestro regreso será bienvenido y nuestro espacio podrá recuperarse enseguida. Pero no hay que olvidar que las personas en Internet no están pendientes de nuestra aparición en línea. Debemos ser nosotros los que, voluntariamente, ejerzamos esta nueva ontología del *publico, luego existo*.

Regla N.º 7: *perdemos todo control sobre los datos que subimos a Internet.*

Esta es otra condición que nuestra intuición se niega a aceptar. Si ponemos una foto familiar en nuestro perfil de Facebook, ¿acaso no la verán sólo nuestros amigos? El sentido común indica que sí. Facebook promete que sí. La realidad virtual es muy pero muy diferente. Para entender eso hay que mirar lo que ha pasado con la información. Lo que antes estaba impreso con indeleble tinta en papel, tallado en mármol, grabado por la química en el bromuro de plata de la película fotográfica, todo eso se ha transformado en simples números que recorren las arterias de Internet a la velocidad de la luz y que pueden copiarse de una punta a la otra del planeta con un par de clics. De hecho, ya no hay original y copia. O, para ser exactos, la copia es idéntica al original. De modo que si alguno de nuestros amigos replica nuestra linda foto familiar en su perfil, sus amigos la podrán ver y copiar y subir a un blog o mandársela por correo a otras personas, y así. Esto, sin contar con las numerosas fallas de seguridad que exhiben todos los servicios en línea, que en más de una ocasión han revelado información que se suponían debían preservar sólo para nuestros ojos.

Lo dicho, pues. Todo dato que subimos a Internet escapa de nuestro control.

18. Puede apagarse Internet en el nivel local, como hizo Egipto para tratar de contrarrestar las filtraciones de información que amenazaban al régimen. El apagón duró sólo cinco días. Suficientes para enseñarle a ese país que casi ninguna economía puede sobrevivir hoy sin la Red.

Regla N.º 8: *no existe nada parecido al anonimato en Internet.*

Cuidado con esto. Es un mito tan difundido como falso. Si un estado policial quiere saber quién publicó cierta nota o mandó ese mail podrá hacerlo sin mayores inconvenientes. ¿Cómo?

Simple. Cada vez que nos conectamos a Internet, a nuestra computadora se le asigna una dirección. Es la única forma en que podemos enviar y recibir información: los datos van de una dirección a otra, y no de otro modo. Por eso, todos los dispositivos (computadoras, servidores, ruteadores, *printers*, etc.) conectados a Internet tienen asignada una dirección o *número IP*.

En el caso de los usuarios domésticos, este número está asociado con una cuenta en el proveedor de Internet (ISP¹⁹). Esa cuenta consigna nuestro nombre, apellido, dirección postal, teléfono y tarjeta de crédito o CBU (por medio de los que abonamos el servicio). No hay mucho anonimato en esto.

Lo que es todavía más importante: todo lo que hagamos con nuestra computadora en Internet quedará asentado en registros, que no consignan nuestro nombre, pero sí nuestro IP.

En las naciones democráticas, los ISP protegen celosamente tales registros y sólo liberarán esa información, que vincula el número IP con un nombre y apellido, si se los solicita un juez competente. Un estado policial puede exigir esta información sin mediar la orden de ningún juez. Fue lo que ocurrió con el periodista chino Shi Tao.

El hecho es que no existe tal anonimato y que Internet es como una ciudad en la que hubiese cientos de cámaras de vigilancia por cada metro cuadrado. Sólo un conocimiento muy profundo de estas tecnologías hace posible burlar esta identificación.

Regla N.º 9: *siempre hay alguien que sabe más que vos o dos cabezas piensan más que una.*

Dado el número de personas capaces de contactarnos y el escaso control que podemos ejercer sobre la información, la idea de autoridad ha cambiado radicalmente. No debemos tener ya esa pretensión. Antes era una autoridad no quien sabía más, sino quien podía comunicar lo que sabía. Hoy debemos ser más humildes. No importa cuánto hayamos investigado, siempre habrá alguien que sabrá más sobre un tema en particular. Nuestra misión como periodistas nunca fue el saber, sino el comunicar. Apostar a un texto honesto de factura impecable es lo que nos debe guiar; si hemos sabido crear una buena audiencia, los aportes de nuestros lectores completarán y mejorarán nuestro texto. Debemos estar dispuestos a resignar el bastión de la autoridad para regresar a nuestra misión original.

19. Internet Service Provider.

Esta regla es más difícil de ejemplificar en el caso de las obras de entretenimiento, pero de ninguna manera el productor debe dejar de lado la idea de que alguien que, hasta hace poco, no era capaz de ofrecernos una idea o un procedimiento que a nosotros no se nos había ocurrido hoy está en condiciones de hacerlo.

Regla N.º 10: *construir y cuidar nuestra identidad digital.*

Hubo un tiempo en que el público nos conocía por un nombre y una foto junto al artículo, algún reportaje fácil y rápidamente olvidado, o una cierta fama que nos habíamos o nos habían hecho. Sabíamos que era menester ser cuidadosos con esto y separar, dentro de lo posible, nuestra vida privada de la pública.

Esto también cambió. Hoy cualquier persona con una conexión a Internet puede rebuscar en la Red todo lo que hemos hecho, lo que se dice y se dijo de nosotros, nuestras fotos, nuestros videos, nuestras conferencias y actuaciones. Si no somos cautos, nuestra vida íntima puede hacerse también visible (ver Regla N.º 7) y, además de que esto podría no ser del agrado de nuestras familias, ofrece al pirata informático o a un Estado policial un flanco por donde atacar nuestra reputación o nuestro patrimonio. Todos los individuos deben cuidar su identidad digital; mucho más debemos hacerlo los que somos, en mayor o menor grado, personas públicas.

Dicho de otro modo, hoy debemos extender el cuidado de nuestra imagen pública a las redes. Desde el avatar que elegimos hasta las fotos que subimos, el lenguaje que utilizamos, la información que liberamos sobre nuestra vida privada, todo eso se puede rastrear y compilar. Tenemos derecho a una vida privada, así que no es buena idea renunciar a él concediendo voluntariamente toneladas de información personal.

He debido dejar afuera mucho análisis y muchos conceptos. No obstante, el más importante dato por tener en cuenta es fácil de comprender: hoy la libertad de expresión es posible, y la llegada del poder de cómputo y de *broadcasting* al público nos abre la posibilidad de ser una sociedad más adulta y más responsable. Los que durante siglos pudimos expresar nuestras ideas públicamente deberíamos ser los primeros en reconocer que este privilegio es una bendición.

Bibliografía recomendada:

Mendelevich, Pablo (Comp.) (2010), *El periodismo que viene* Universidad de Palermo, Facultad de Ciencias Sociales, Buenos Aires.

