

La edad de los profetas

POR M. PILAR DIEZHANDINO NIETO

Se repasan algunos de los postulados y actuaciones más optimistas sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información (SI) provenientes de autores como Alvin Toffler o Allen H. Neuharth, en confrontación con posturas más derrotistas como la de Young.

Cuando una teoría no puede ser reexaminada, no tiene fecha de expiración; cuando se cierra al análisis crítico y al cambio, llega a ser ideología. Porque teoría, para los sistemas sociales, es -decía T. R. Young (1987)- cualquier estructura de conocimiento que puede ser usada para producir nuevas estructuras sociales o variaciones sobre la vieja; e ideología representa una estructura congelada, no negociable. Éste es el pecado científico que Young encontró en el trabajo de Toffler, entusiasta convencido de que las tecnologías de la información y el desarrollo de los procesos tecnológicos son el signo de redención de la humanidad.

Los prolegómenos

En efecto, cinco años antes de que apareciera el primer número de la revista *TELOS*, Alvin Toffler publicaba *La tercera ola* (*The Third Wave*, 1980), un auténtico *best seller* en su época. Es 'tercera' porque sigue a la primera -la revolución agrícola- y a la segunda, la industrial. Es, pues, una revolución. Resultó un éxito sin paliativos.

La computerización era ya una realidad cotidiana. Piénsese que la primera redacción electrónica la instaló en 1970 la agencia United Press International en su sede central de Nueva York. Y los videoterminals fueron convirtiéndose a partir de entonces, no sin algunas reticencias, en una realidad común en las redacciones.

La prensa atravesaba una de tantas crisis de su historia. Esta vez sobrevenida por la llegada de nuevos formatos televisivos, por nuevas exigencias del sector publicitario, en respuesta a la oportunidad que había hecho posible el cable y su flexibilidad para instalarse en pequeñas comunidades, barrios, reducidos segmentos geográficos, sectores diversos de intereses. Especialización frente a generalismo.

La crisis en las grandes cadenas de televisión norteamericanas (*ABC, CBS, NBC*), consecuencia de la reducción de audiencia -que pasó del 72 por ciento de 1980 al 63 por ciento en 1986- tuvo mucho que ver con esa experiencia. «El cable desmasifica al auditorio, esculpiéndolo en múltiples minipúblicos». Toffler recoge de su visita a la Warner Cable Corporation, en Columbia (Ohio), su impresión sobre el sistema *Qube*, que «ofrece al abonado treinta canales de televisión y presenta programas especializados para todo el mundo, desde niños en edad escolar hasta médicos, abogados o el público de 'sólo adultos'».

El posible fin del soporte papel sólo se planteaba entonces ante la competencia del audiovisual. Con la aparición en 1980 de la *CNN (Cable News Network)* y el inicio de las cadenas de información 'todo noticias' -24 horas al día, 7 días a la semana- la debacle parecía devastadora.

No obstante, con la innovación las tecnologías electrónicas trajeron la esperanza. Su capacidad de almacenamiento permitía el beneficio de nuevas formas de aprovechamiento, selección y comercialización de la información.

En el mundo de la prensa se impusieron términos como zonificación, diversificación, personalización, individualización, especialización. Ni masa ni multitudes ni apenas colectivos.

La necesidad de un cambio de tendencia resultaba evidente. En esa convicción, en 1982, fundado por Allen H. Neuharth, aparece *USA Today* con una fórmula renovadora. Menos texto, más imagen y más color, más práctico y útil, mejor distribuido, más ediciones (inició de hecho las posibilidades de transmisión por satélite para abrir nuevos mercados). Le acusaron de superficial, de trivializar la información, de ser un sucedáneo del alimento informativo; le aplicaron el apelativo de *McPaper* en alusión a McDonald's y su comida rápida, de *infotainment*; de olvidar el papel de *watchdog* -centinela, controlador- que la prensa debía cumplir. Pero resultó ser una avanzadilla de lo que vendría después. Se adelantó a la medida del texto digital para ese consumidor que no aguanta una lectura seguida de más de 200 caracteres (Cerezo, 2008, p. 93).

¿Una nueva civilización?

El Toffler de *La tercera ola* aparece en este escenario con aires proféticos. Una aparición anunciando la nueva civilización. La primera civilización 'extraordinariamente nueva', 'verdaderamente humana' de toda la historia. La era de los medios de comunicación desmasificados, que cierra la brecha histórica abierta entre productor y consumidor y da origen a la economía del 'prosumidor' del mañana...

Nada de masas de personas que reciben todas los mismos mensajes; ahora grupos desmasificados pequeños se enviarán entre sí grandes cantidades de sus propias imágenes; se asediarán y bombardearán entre sí con fragmentos de imágenes, contradictorias e inconexas, que conmoverán, destelleantes, nuestras viejas ideas. Es la 'cultura destellar'. Y más que pronosticar, confirma la creación de una 'conciencia planetaria'...

En respuesta a ello, Young le recriminó que en su optimismo planetario no decía, por ejemplo,

cómo Sudán será capaz de competir con ITT en la producción de microprocesadores o cómo los israelíes podrían lograr la paz con los palestinos...

Y contraponen otra realidad: desde Gutenberg, pese al avance de las más sofisticadas tecnologías, guerra, hambre, polución, desigualdad, han amenazado, de manera creciente al mundo... Le acusa de imponer esa clase de teoría que se cree poseedora de toda la verdad, que se asimila a las leyes universales invariables, que crea «falsas estructuras de conocimiento, de esperanza y entusiasmo, de pensamiento e ideas»... La ideología puede ser peligrosa cuando se pretende mesiánica.

Los nuevos ideólogos

¿Qué diferencia hay entre aquel profético Toffler y el discurso actual del 'poder hipnótico de lo breve y fragmentado'? Una pléyade de nuevos ideólogos ha abundado con la retórica digital en su optimismo redentor. Cierre de filas en torno a las nuevas verdades: la democracia y la liberación individual que proporciona la Red, el culto a la información fragmentada, la inteligencia colectiva, las nuevas formas de socialización, las realidades virtuales, los beneficios de la comunicación incesante e inmediata, de la gran conversación universal, de las comunidades identitarias, de las identidades digitales... El culto, en fin, a la sociedad individualizada, hiperinformada e hiperconectada.

No extraña que Lipovetski (Lipovetski & Sebastián, 2006) haya acuñado el término de 'hipermodernidad' o que un adelantado a su tiempo, Baudrillard (1984), hablara de hiperrealidad (lo más real que lo real), haciendo alusión a la idea de 'proliferar al infinito', que parecía un imaginativo simbolismo pero que pasó a convertirse en la seña de identidad de nuestra época. ¿Qué si no han venido a representar las redes sociales y el valor de autoafirmación real dado a la proliferación de 'amigos' virtuales?

Un culto que a los no creyentes suscita dudas: ¿realmente triunfa la individualidad frente a la masa? ¿la persona frente a la multitud?

Si fragmentación es inequívocamente lo opuesto a cualquier cuerpo de conocimiento, a cualquier intento de profundización, ¿la libertad de acceso a la información fragmentada hará más libres a los nativos digitales? ¿Será tan grande, por eso, el beneficio que supone el hecho de que la gente se haya acostumbrado a recibir las noticias que desea, cuando las desea, como las desea y donde las desea (Arianna Huffington *dixit*)? ¿La libertad garantiza la mejor elección o la presunción de libertad en una cultura en la que el fragmento se impone al conocimiento resta capacidad de decisión?

Quizá no sea casualidad que Al Neuharth, que se adelantó al cambio de tendencia de la prensa al crear *Usa Today* inaugurara en Washington en abril de 2008 el primer museo de las noticias, *Newseum*¹. Acaso por sospechar que la noticia -y la cultura que representa-, puede terminar siendo una reliquia, y con ella aquel discurso de Thomas Jefferson que hace 200 años dio verdadera carta de naturaleza a la democracia:

«The people are the only censors of their governors; [...] and were it left to me to decide

whether we should have a government without newspapers or newspapers without a government, I should not hesitate a moment to prefer the latter. But I should mean that every man should receive those papers, and be capable of reading them».

1 Véase <http://www.newseum.org/>

Bibliografía

Baudrillard, J. (1984). *Estrategias Fatales*. Barcelona: Anagrama.

Cerezo, J. M. (2008). *Hacia un nuevo paradigma. La era de la información fragmentada*. Telos, No. 76.

Lipovetski, G. & Sebastien, Ch. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Anagrama.

Young, T. H. (1987). Information, Ideology, and Political Reality: Against Toffler. En J. D. Slack (Ed.), *The Ideology of the Information Age*. Norwood, NJ: Ablex.

