

## Si McLuhan levantara la cabeza... La computación en la nube y el nuevo paradigma socio cultural

La “nube”, metáfora de Internet, se ha convertido en un fenómeno global que está transformando radicalmente muchos de los marcos de actuación tradicionales en los procesos comunicativos de recepción y de emisión. Con la Red quizá como su máximo exponente, la revolución tecnológica en marcha está modificando aceleradamente las bases materiales y espirituales de la sociedad. Vivimos en la actualidad un proceso de cambio que invita a visitar las obras de algunos autores para tratar con su ayuda de describir y entender los nuevos entornos en los que ya nos encontramos e intentar predecir otros escenarios futuros.

**Palabras clave:** Internet, Marshall McLuhan, cultura, sociedad de la información, nuevas tecnologías de la información y la comunicación, redes sociales.

(1)  
Spengler denomina “apolínea” a la cultura antigua clásica o grecorromana, porque la mentalidad clásica estaba dominada por la idea de forma, de finitud, de proporción morfológica. La cultura mágica es la islámica – que también engloba a persas y a hebreos– y la cultura fáustica es la occidental. La cultura de Occidente –fusión de elementos clásicos (paganos) y cristianos– es denominada fáustica por su identificación con la semi-legendaria figura medieval de Fausto, personaje que se rebela contra el mundo y pacta con el diablo, al que vende su alma a cambio de la eterna juventud y de la absoluta sabiduría. Esa lucha dualista entre el bien y el mal, entre el cielo y la tierra, entre la condenación y la salvación que preside la lucha de Fausto por el poder, la juventud y la sabiduría, también caracteriza, para Spengler, a Occidente.

### 1. Introducción

En su polémico y pesimista ensayo *La decadencia de Occidente*, escrito entre los años 1918 y 1922, el filósofo alemán Oswald Spengler (1880-1936) exponía su punto de vista sobre los ciclos culturales y distinguía la existencia de ocho grandes culturas a lo largo de la historia de la Humanidad: egipcia, babilónica, china, india, mexicana, apolínea, mágica y fáustica.(1) Para Spengler, las culturas son como seres orgánicos que nacen, se desarrollan y mueren. Con todas las culturas históricas ha sucedido lo mismo: han formado parte de un esquema cíclico de esencia natural según el cual estas grandes culturas se han sucedido irreversiblemente sustituyendo cada una a la anterior, tras un período de decadencia previo a la extinción de ésta última.

De las ocho culturas de cuya existencia da cuenta el autor alemán, sólo de las tres últimas, aludidas con apelativos (apolínea, mágica y fáustica), era posible captar “el alma”. Y sólo de ellas se poseen datos suficientes para hablar satisfactoriamente de su forma –al fin y al cabo, Spengler definió su propio trabajo como una “morfología de las culturas”. Existe un dato general, pero no riguroso: las culturas duran aproximadamente mil años,

por lo que la occidental, que nació en torno al año 1000, con la organización de la Iglesia católica y el Santo Imperio, cuenta ya con una edad avanzada, lo que, según la teoría de Spengler, podría inducirnos a pensar que su fin no estaría demasiado lejano.

Otro autor, el historiador inglés Arnold J. Toynbee (1889-1975), otorgó, al igual que Spengler, el protagonismo histórico a las culturas, si bien Toynbee prefiere utilizar el término “sociedades”. Mientras Spengler habla de ocho culturas, Toynbee lo hace de veintiuna (sociedades), de las que únicamente cinco permanecen vivas –la cristiana occidental, la ortodoxa, la islámica, la hindú y la extremo oriental. Aunque todavía se detectan fuertes rasgos peculiares en cada una de estas sociedades vivas –recordemos que Toynbee escribe su monumental obra *Un estudio de Historia: génesis de las civilizaciones*(2) durante la primera mitad del siglo XX- hoy son más los aspectos, doctrinas y técnicas que tienen en común que los que las diferencian. Y aunque ninguna sociedad pretende, dice el autor inglés, ser universal o ecuménica al modo de las de antaño,(3) nos aproximamos a un momento en que habrá solamente una sociedad. Esta convergencia de las cinco sociedades supervivientes en una única sociedad ha sido entendida con frecuencia a modo de punto final, una hipótesis que, desde distintos planteamientos, comparten dos autores actuales: Paul Kennedy y Francis Fukuyama.

De las veintiuna sociedades identificadas por Toynbee, únicamente seis no proceden de otras anteriores, es decir, son originarias: egipcia, sumeria, minoica, sínica, maya y andina. Toynbee denomina también a estas seis sociedades como “prehistóricas” o “estáticas” por basarse en la repetición o imitación –“mimetismo”– de lo que siempre se ha hecho y por no modificar apenas las conductas preexistentes. Las nuevas sociedades nacen precisamente como producto de insumisión al mimetismo, se da la espalda al pasado, al conservadurismo, para conquistar un porvenir. Surge entonces una sociedad “histórica” o “dinámica”. La decadencia no es otra cosa que la pérdida de dinamismo.

(2)

La obra de Toynbee consta de diez volúmenes publicados entre 1934 y 1954.

(3)

La sociedad cristiana occidental procede de aquella que alcanzó su madurez con el Imperio romano; del que también procede la sociedad ortodoxa o cristiana oriental, gemela de la anterior y nacida de la división del Imperio. La sociedad islámica procede del Califato abbasida. La sociedad hindú procede del Imperio gupta y la sociedad extremo oriental proviene del Imperio Han. Todos los imperios han tenido vocación de “Estado universal”.

Esta breve digresión sobre las obras de Spengler y Toynbee nos sirve de marco teórico-filosófico sobre el que ensayar acerca del momento histórico en que hoy nos encontramos. ¿Acaso estamos asistiendo ya, tal y como predijo Spengler, al ocaso de nuestra cultura occidental? ¿Por qué ese ocaso? ¿Qué nueva forma socio-cultural, si es el caso, se impondrá? ¿Vivimos ya en esa única y común sociedad planetaria que vaticinaba Toynbee? ¿Podríamos hablar de una nueva sociedad “histórica” o “dinámica” en el sentido que Toynbee le confiere a estos términos? Y una última y crucial cuestión: ¿Hay motivos para formularse todas estas preguntas?

Si el célebre cantante y compositor argentino Carlos Gardel viviera hoy, a la vista de lo acontecido en el mundo en los últimos dos decenios, quizá se replanteara aquel fragmento de su famoso tango “Volver” en el que decía que “veinte años no es nada”. En los últimos veinte años, se han producido

en el mundo cambios y fenómenos que han transformado profundamente –y lo siguen haciendo– a nuestro planeta y a quienes lo habitamos. La caída del muro de Berlín y todo lo que ello supuso; la aparición de una moneda común europea; dos duras crisis económicas mundiales (una de ellas acuciante en la actualidad); los golpes de terrorismo islamista de 2001 contra Estados Unidos; la aparición de Internet y, más en general, la eclosión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación o la intensificación del fenómeno de la globalización son sólo algunos de los grandes acontecimientos que han contribuido a una célérica metamorfosis mundial.

Aunque resulta muy difícil escindir unos fenómenos de otros para una cabal comprensión del conjunto, es nuestra intención aquí detenernos en las implicaciones que las nuevas tecnologías han traído consigo, propósito en cualquier caso también demasiado ambicioso, puesto que el fenómeno tecnológico de nuestro tiempo supera con mucho lo meramente tecnológico, porque su onda expansiva apenas deja ámbito alguno sin afectar.

## 2. McLuhan se revuelve en su tumba

Herbert Marshall McLuhan (1911-1980), uno de los fundadores de los estudios sobre comunicación de masas y uno de los grandes visionarios de la presente sociedad de la información, acuñó en torno al año 1970 la expresión “aldea global” para describir la interconexión humana a escala planetaria generada por los medios electrónicos de comunicación, que son entendidos, según McLuhan, como herramientas que extienden las habilidades humanas, es decir, del mismo modo que una bicicleta o un automóvil son una extensión de nuestros pies, la computadora sería una extensión de nuestro sistema nervioso central. Y si el medio es entendido por McLuhan como una extensión del cuerpo humano, el mensaje no puede limitarse entonces a simple contenido o información, porque de esta forma excluiríamos algunas de las características más importantes que el autor canadiense, con su determinismo tecnológico, atribuye a los medios: su poder para modificar el curso y el funcionamiento de las relaciones y las actividades humanas.

Precisamente cuando se cumplen cien años desde su nacimiento, la obra de McLuhan vuelve a estar de moda entre muchos estudiosos que siguen venerando sus dotes de visionario. Pedro Sempere, autor de *McLuhan en la era de Google: memorias y profecías de la Aldea Global*, señala que el profesor canadiense vaticinó de hecho el advenimiento de la Era Digital, si bien de una forma un tanto velada dentro de un discurso más amplio recogido en la introducción de su libro capital *Understanding Media: The Extensions of Man* (1964) y que Sempere reproduce en su obra (2007: 142): “Tras tres mil años de explosión, mediante tecnologías mecánicas y fragmentarias, el mundo occidental ha entrado en implosión. En las edades mecánicas extendimos nuestro cuerpo en el espacio. Hoy, tras más de un

siglo de tecnología eléctrica, hemos extendido nuestro sistema nervioso central hasta abarcar todo el globo, aboliendo tiempo y espacio, al menos en cuanto a este planeta se refiere. Nos estamos acercando a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos se extenderán, colectiva y corporativamente al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación”.

McLuhan divide la historia en cuatro fases: 1) agrícola; 2) mecánica; 3) eléctrica y 4) tecnológica. Aunque es en la tercera fase en la que se produce la eclosión de los medios masivos de comunicación, la mayor parte de la investigación de McLuhan se centra en la etapa tecnológica, cuyo estudio en la línea abierta por el propio autor canadiense aún pervive a través del “Programa McLuhan en Cultura y Tecnología” de la Universidad de Toronto, centrado hoy en el análisis de la influencia de las nuevas tecnologías en el cambio social.

Quizá convenga decir, llegado este punto, que McLuhan no era optimista respecto a la era tecnológica (de su tiempo), debido, básicamente, a sus fuertes convicciones religiosas. De hecho, solía decir que el diablo estaba en toda “aquella” tecnología, diatriba de la que da prueba su rechazo a la televisión, hasta el punto de recomendar a su hijo que no permitiera que sus nietos la vieran (¿acaso por una de las ideas centrales de su pensamiento con la que apuntaba que “somos lo que vemos”?).

Otro de los conceptos nucleares de la obra de McLuhan es aquel según el cual nosotros creamos las herramientas y luego éstas nos forman a nosotros, una idea que traída a nuestros días llama a una pregunta evidente, pero no por ello simple: ¿qué elementos diferenciales nos está aportando el actual estadio tecnológico? O más precisamente, ¿qué elementos diferenciales está obteniendo *cada persona* del actual estadio tecnológico? Dentro del conjunto social de usuarios de las nuevas tecnologías, hoy se habla, por una parte, de nativos digitales y, por otra, de inmigrantes digitales. La expresión “nativos digitales” fue creada por el norteamericano Marc Prensky en 2006 para referirse a las generaciones nacidas en la digitalidad y que no concebirían la vida ya sin Internet o sin telefonía móvil, en contraposición con los inmigrantes digitales, es decir, todas aquellas personas que se han encontrado con el fenómeno digital en el transcurso ya de su vida madura. Y esta diferenciación trae consigo implicaciones muy relevantes, como la referida a la inversión de la pirámide del conocimiento en la relación paterno-filial: quizá por primera vez en la historia, los hijos nativos digitales se desenvuelven mejor en el actual entorno tecnológico que sus progenitores, en definitiva, saben más que sus padres, que, en muchas ocasiones, se han visto –o se ven– desbordados por un fenómeno al que han tenido –o tienen– que adaptarse para no desfasarse ni intelectual ni cultural ni social ni emocionalmente con respecto a sus hijos. Conviene también recordar que, según algunas investigaciones, esa anómala brecha invertida en el conocimiento

tecnológico de unos y otros se reinvierte o normaliza de nuevo cuando los mayores se adaptan al actual entorno, apreciación sustentada sobre la hipótesis de que los adultos de hoy realizan una aprehensión más integral de los nuevos conocimientos gracias a su particular formación previa acumulada.

El fenómeno tecnológico, en general, y los usos de Internet y la telefonía móvil, más en particular, han introducido ciertos patrones de comportamiento individual y grupal inéditos hasta el presente, y aunque se trata de novedades que afectan a todos, son especialmente detectables entre los nativos digitales, entre los que ya se percibe una notable dependencia tecnológica a la que tampoco son ajenos muchos de sus mayores. En cierta manera, ya hay personas que técnicamente dependen de la tecnología para cumplir alguna función biológica. Como acertadamente apunta Nicolás Negroponte, “la informática ya no se refiere a los ordenadores, se refiere a la vida”. En una economía global y una sociedad red donde la mayor parte de las cosas que importan dependen precisamente de redes basadas en Internet, quedarse desconectado equivale cada vez más a estar sentenciado a la marginalidad. El mundo se ha acelerado. Los periodos de obsolescencia entre unas innovaciones y otras cada vez son más breves. Hoy, acostumbrados a la instantaneidad de las respuestas de todo tipo de aparatos, desde cajeros automáticos a la propia Red, la gente espera la misma velocidad de prácticamente todo, incluso de la satisfacción de sus expectativas. Derrick de Kerckhove, uno de los más ilustres deudores intelectuales de McLuhan, citaba en una entrevista de Jordi Rovira al filósofo francés Michel de Montaigne (1533-1592) –que defendía que era preferible un cerebro bien estructurado a un cerebro bien lleno– para hacer una extrapolación a los tiempos actuales y señalar que hoy es preferible un cerebro “bien conectado a un cerebro lleno”. En este sentido, parece probado que los nativos digitales no conciben estar “desconectados” y que su arquitectura mental ya no responde tanto a formas lineales o secuenciales de organización de la información, lo que permitiría hablar de cierta reconfiguración de las funciones cognitivas de los jóvenes actuales respecto a generaciones precedentes. Los cambios en el uso del lenguaje o, incluso, la aparición de nuevos lenguajes o nuevas formas de lenguaje, podría ilustrar parte de ese nuevo escenario. Y como también apuntaba el propio Derrick de Kerckhove en la mencionada entrevista, “cualquier tecnología que afecte significativamente a nuestro lenguaje debe también afectar a nuestro comportamiento a nivel físico, emocional y mental”.

Siguiendo con las profecías de Marshall McLuhan, quizás estemos efectivamente asistiendo a esa tercera fase, denominada por él de “retribalización”, de las tres en las que el estudioso canadiense dividía la historia de la civilización: 1) estado tribal; 2) estado de destribilización y 3) estado de retribalización, marcado por la aparición de los medios tecnológicos en el ámbito de la comunicación y por un redescubrimiento de las facultades eclipsadas por la cultura quirográfica e impresa. En cualquier caso, Internet ha sustanciado sin duda uno de los vaticinios que

McLuhan asoció a la retribalización que presentía... ¡hace más de treinta años!: el derribo de las barreras estatales derivadas de los efectos de la escritura y la realización de los proyectos de mundialización de la cultura. La “Galaxia Marconi”, caracterizada por el poder de la televisión, en la que inspiró gran parte de sus reflexiones McLuhan, ha dado paso a otro giro de la tuerca de la evolución humana, ¿caso la “Galaxia Berners-Lee”?<sup>(4)</sup> Es indudable que Internet se ha apropiado de la palabra “red”, de manera que cuando hablamos de “la red”, ya nadie piensa en la televisión, sino en la *World Wide Web*.

Retomando el hilo del discurso sobre los cambios que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y los usos asociados a ellas han promovido en la arquitectura mental y espiritual de los jóvenes actuales, en una de mis clases universitarias planteé a los alumnos un debate a este propósito. Tras referencias a casi todos los valores y tópicos atribuidos hoy al universo Internet (interactividad, inmediatez, personalización, convergencia de medios o multimedialidad, hipervinculación, globalidad...), uno de los alumnos participantes en la sesión aportó una idea que, en mi opinión, compendia y supera de forma extraordinaria todo lo que allí se estaba exponiendo: “hoy tenemos *otra cosmovisión*”, sentenció el avezado estudiante. El modelo teórico lineal de comunicación masiva en el que un emisor (fuente) transmite un mensaje a través de un canal (medios) destinado a un receptor (público), durante muchos años paradigma dominante en los estudios sobre transmisión de información a través de los medios de comunicación social, admite hoy ciertas revisiones en favor de un modelo más reticular que lineal, con el que se ha pasado del tradicional flujo informativo básicamente unidireccional “de uno a muchos” a un flujo de corte multidireccional “de muchos a muchos”. Pero el modelo de Shannon y Weaver no es en absoluto la única teoría susceptible de ser matizada, porque los propios conceptos de “información” y “comunicación” son hoy objeto de nuevos debates. El gran combate entre dos gigantes de la comunicación de nuevo cuño –Google y Facebook– o, más genéricamente, entre dos tipos de servicio online –los buscadores y las redes sociales–, parece estar saldándose del lado de éstas últimas, lo que también podría entenderse como el triunfo de la comunicación sobre la búsqueda de información.<sup>(5)</sup>

Sin duda, y más allá del debate sobre si se trata de una moda, de una tendencia o de una auténtica revolución, las redes sociales se han convertido en un exitoso fenómeno masivo imparable. Prueba de ello es el interés en ellas de los grandes magnates de la comunicación mundial: News Corporation adquirió MySpace en 2005 por 585 millones de dólares;<sup>(6)</sup> Prisa compró el 20 % de Tuenti en 2008; Google ha creado su propia red (Buzz) y prevé cambios en su cúpula directiva en un intento de contrarrestar la pujanza de Facebook. Frente a las voces aún recelosas, las empresas más avanzadas, como HP o IBM, están convencidas de que integrar la tecnología de las redes sociales en su vida cotidiana facilita enormemente el trabajo y aumenta la productividad de sus empleados. Se

(4)

Aunque resulta muy arriesgado atribuir la invención de Internet a una sola persona, dado que este fenómeno responde más bien a un desarrollo o proceso complejo con muchos intervinientes, se considera a Tim Berners-Lee como el padre de la *World Wide Web* o Internet tal y como hoy la conocemos. Manuel Castells ha optado por acuñar directamente la expresión “galaxia Internet”.

(5)

Según ciertos estudios de audiencia elaborados por la empresa Nielsen, la red social Facebook lleva camino de superar al buscador Google, tanto en número de visitantes como en tiempo pasado por estos en el sitio.

(6)

En el momento de redacción de este escrito (enero de 2011), conocemos la noticia de que News Corporation ha puesto en venta MySpace, dado el declive experimentado por esta red social durante los últimos años, en los que han aparecido otras nuevas redes con crecimientos espectaculares.

calcula que el gasto de las empresas en programas de red social para sus empleados superó los 660 millones de dólares (500 millones de euros) en 2010, y en 2011, esa inversión crecerá un 16 %. La introducción de estas herramientas supone un cambio en la cultura profesional de las empresas que agiliza el trabajo colaborativo, reduce los costes de formación, contribuye a incrementar y conservar más eficientemente el conocimiento colectivo y mejora la relación con los clientes, particularmente en compañías grandes con sedes descentralizadas. La consultora IDC está convencida de que los programas de red social empresarial supondrán un negocio de 2.000 millones de dólares (1.500 millones de euros) en 2014.

La primera red social, classmates.com, surge en 1999. En 2004 aparece Facebook, que hoy cuenta con alrededor de 600 millones de usuarios en todo el mundo. Según datos de Cientouno, empresa de Estrategia y Marketing en Redes Sociales, sólo en España, Facebook cuenta con más de ocho millones de usuarios. De las cuatro palabras más buscadas en Internet, tres son el nombre de redes sociales: Facebook, Tuenti y Twitter. El 85 % de los internautas pertenece a alguna red social. El 65 % las consulta todos los días. El 10 % del tiempo pasado en Internet se pasa en redes sociales. Los usuarios de Tuenti le dedican 80 minutos al día. En España, Tuenti tiene un 35 % más de tráfico que Google. Las noticias del mundo interesan, pero interesa más lo que pasa en los muros propios y ajenos de los usuarios de las redes sociales. Más de siete millones de “amigos” siguen la agenda de Barack Obama en Facebook, y tres millones lo hacen a través de Twitter. Empresas que no invierten en publicidad tradicional, están presentes sin embargo en redes sociales: Zara tiene cerca de dos millones de usuarios en Facebook. De hecho, la publicidad en redes sociales está experimentando un aumento exponencial, porque este ámbito permite técnicas de segmentación basadas en el Behavioral Targeting, con el que se puede conocer el comportamiento y los intereses de los usuarios a través del seguimiento de su huella digital, es decir, de sus rutas de navegación, lo que permite saber qué contenidos leen y cuánto tiempo y con qué frecuencia lo hacen, qué palabras clave buscan, etc., para poder así crear sus perfiles de usuario/consumidor. Las redes sociales están reduciendo sensiblemente el uso de otros instrumentos para la comunicación, como el teléfono móvil o, incluso también dentro de Internet, el correo electrónico, los foros, las páginas dedicadas al mercado de segunda mano u otros sistemas de mensajería instantánea, como el messenger.

Aunque las redes sociales se han convertido en una de las herramientas naturales de comunicación de los nativos digitales, ya no son sólo territorio de los jóvenes. Los usuarios publican en ellas su vida, sus estados de ánimo, sus intimidades, sus filias y sus fobias... muchas veces incluso en una suerte de exhibicionismo personal inconcebible pocos años atrás (¿por qué se cuenta en Internet lo que jamás se contaría a un extraño?). La afectividad tiende a virtualizarse: podemos tener una cifra de “amigos” impensable en la realidad; un beso ya no precisa del contacto de los labios, puede ser un simple icono o un “muak”; las declaraciones de amor ya no se

hacen por carta, sino por comentarios públicos o privados y el flirteo ya no se basa sólo en pícaras miradas. Con las redes sociales han surgido nuevas formas de sentimiento gregario, nuevas formas de negocio, nuevas formas de acoso y maltrato, nuevos miedos, nuevas esperanzas y nuevas formas de movilización social y política. Se dice que Roosevelt fue el primer político que entendió las posibilidades que le ofrecía la radio, que Kennedy fue el primero en aprovechar el poder de la televisión y que Obama ha sido el primero que ha entendido el lenguaje y el potencial de Internet.

Las redes sociales digitales presentan cuatro grandes rasgos diferenciales respecto a las redes tradicionales off-line: 1) enormidad; 2) comunalidad o ampliación de la escala en la que se puede compartir información y contribuir a esfuerzos colectivos; 3) especificidad o particularidad de los vínculos que pueden formarse y 4) virtualidad o capacidad de asumir identidades virtuales.

Lo cierto es que el éxito de las redes sociales, de los blogs, de los wikis, de los sitios web en los que se comparten archivos y de otras aplicaciones web 2.0 en las que lo primordial es “lo que se encuentra” a través de ellas, pone en cuestión otra de las ya populares creaciones conceptuales de McLuhan, resumida en la célebre sentencia “el medio es el mensaje” y según la cual, el contenido de cualquier mensaje resulta menos importante que el medio en sí mismo. Hoy, el elemento fundamental, especialmente para la industria, pero también para el “individuo-producto” que se autoexhibe en busca muchas veces de su propia “venta”, es el contenido. De esta revolución tecnológica a la que asistimos, sabemos que el contenido es a ella lo que la energía fue en su momento a la revolución industrial. David Morley, autor de *Televisión, audiencias y estudios de cultura*, invierte uno de los argumentos de McLuhan mencionados párrafos atrás y señala que “debemos abandonar el hábito de pensar en lo que los medios hacen a la gente y reemplazarlo por la idea de lo que la gente hace a los medios”.

### 3. Volviendo a la introducción y cerrando el circuito

El filósofo existencialista alemán Karl Theodoro Jaspers (1883-1969) acuñó el concepto de “tiempo-eje” como motor de la historicidad. La historia de la Humanidad se reduce a ocho o nueve mil años, desde que las primeras culturas aparecen en Egipto y junto a los grandes ríos asiáticos, entre los años 6000 y 3000 a. C., hasta nuestros días. El “tiempo-eje” tiene su momento en torno a mediados del primer milenio a. C., cuando se produce un fenómeno decisivo y prácticamente universal, porque, a pesar de originarse sólo en tres zonas del planeta –en China, en India y en el Occidente judeo-helénico– se extiende al resto del mundo: el hombre descubre su espíritu y su racionalidad. Los pensadores eremitas y trashumantes chinos, los ascetas de la India, los profetas de Israel y los filósofos griegos se corresponden entre ellos a pesar de sus diferencias de credo, contenido y espíritu. Todos cobran conciencia de sí mismos en la



totalidad del ser y se elevan espiritualmente en busca de su destino como individuos. Pueden desapegarse de lo mundano y vivir en la soledad de la montaña, del desierto o de la selva y aislarse para regresar vivificados. Confucio, Lao-tsé, Buda, Zarathustra, los profetas de Israel y los filósofos griegos –empezando por Sócrates– se preguntan “¿qué soy yo?” y tratan de objetivar al hombre en busca de una respuesta racional. Hasta la irrupción en la historia de la moderna revolución científico-técnica, gestada en Europa a partir del siglo XVI,<sup>(7)</sup> el cuadro general histórico ofrece, según Jaspers, una sensible continuidad, una unidad u homogeneidad cuya más ilustre e ilustrada representación se ofrezca acaso en la obra de Hegel. Sólo la técnica moderna rompió ese *continuum*, y su aparición supuso el fundamental punto de inflexión en la trayectoria vital de la Humanidad. Para Jaspers, es a partir del año 1500 de nuestra era cuando se produce ese segundo “tiempo-eje”, con el que Asia y Europa toman caminos realmente diferentes, porque, hasta entonces, aún se pueden detectar semejanzas entre ellas.

Para Jaspers, desde aquel primer “tiempo-eje” anterior a la era cristiana hasta el segundo, acaecido con la irrupción en la historia de la moderna variable científico-técnica, el hombre no hizo más que regresar al primero, viviendo espiritualmente durante siglos de aquellas rentas, de las creaciones y pensamientos de entonces, de modo que por debajo de las aparentes singularidades entre culturas yacía una radical convergencia. Revisando ahora el pensamiento de Jaspers y a propósito de las voces que hablan ya de una nueva gran revolución en la historia de la Humanidad, al nivel de otras como las acontecidas con la invención de la rueda o con la industrialización, nos planteamos la cuestión también mcluhiana de si cada nueva tecnología crea una nueva cultura, si con el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación –y el entretenimiento, ¡no lo olvidemos!– enfrentamos hoy de nuevo un momento histórico y verdaderamente novedoso, tanto material como espiritualmente, es decir, un tercer “tiempo-eje”. Quizá los futuros antropólogos vean mucho más clara la respuesta a nuestra cuestión cuando dentro de 500 años estudien los rasgos de aquella nueva civilización que surgió en torno a un fenómeno a los que los coetáneos denominaron “Internet”.

A la luz de los acontecimientos, es más que probable que tanto Oswald Spengler como Arnold J. Toynbee, hablaran hoy de una nueva cultura y de una nueva sociedad, respectivamente, que sumar a aquellas ocho –o veintiuna, en el caso de Toynbee– de cuya existencia histórica dejaron constancia en sus obras. Ya hace algunos años que, primero el economista estadounidense Fritz Machlup y después el sociólogo japonés Yoneji Masuda, aludieron al concepto de “sociedad de la información”, como una sociedad post-industrial en la que la mayor parte de los empleos ya no están asociados a las fábricas de productos tangibles, sino a la generación, almacenamiento y procesamiento de todo tipo de información. Con este cambio, enmarcado por muchos autores alrededor del año 1970, los medios de creación de riqueza se trasladan del sector industrial al sector servicios.

(7)

El siglo XVII es el siglo de la revolución científica, embrion de la posterior y consecuente revolución técnica. Comienza con las aportaciones de Galileo Galilei (1564-1642), del barón de Verulam Francis Bacon (1561-1626) y de Johannes Kepler (1571-1630) y culmina con la obra del físico inglés Isaac Newton (1642-1727).

Es también probable que esa sociedad de la información post-industrial haya quedado hoy asimismo superada por un nuevo modelo en el que los medios de comunicación se han convertido en el espacio de interacción social por excelencia. Este nuevo modelo socio-económico-cultural, cuyo arranque podría datarse en torno a 1996, se basaría esencialmente, aunque no exclusivamente, en la presencia de Internet como su sustento infraestructural. Ya a comienzos de siglo XXI, con la aplicación de la movilidad a los soportes tecnológicos de Internet, la Red abandona su supeditación a conexiones de cable estáticas y entra en una nueva fase de dinamismo y portabilidad que le proporciona una flexibilidad y un alcance desconocidos hasta entonces. Pero lo estrictamente tecnológico, con ser fundamental, no es el único elemento clave de todo este proceso, en el que, como en todas las revoluciones, hay otro protagonista insoslayable: el individuo. Hay quien interpreta que Internet no es tanto una tecnología como una producción cultural, porque se trata de una construcción realmente social, en la que los usuarios son simultáneamente consumidores y productores de contenidos (“prosumidores”). Son los propios ciudadanos quienes configuran este nuevo modelo reticular mediante sus aportaciones, mediante su participación activamente creativa. Y quizás este fenómeno sea el producto de aquella insumisión al mimetismo de la que hablaba Toynbee cuando decía que las nuevas sociedades “históricas” nacen de rupturas con el pasado, con los modelos anclados y con las conductas preexistentes. Los jóvenes actuales han abrazado vehementemente la idea de apertura y crece en la generalidad de los ciudadanos la desconfianza y el rechazo a la omnipresencia de los medios de comunicación tradicionales. Quizá la ética del hacker y el éxito del “código abierto” y de los sistemas para compartir archivos “peer to peer” sean hasta un punto el deseo de los individuos de responder a cierta angustia antropológica mediante la acción y mediante el ejercicio de nuevas solidaridades. En este sentido, la insatisfacción con la sociedad actual, la atracción por la modernidad y la búsqueda de alternativas podrían haber operado como auténticos motores de esta nueva forma socio-económico-cultural.

De la misma manera que Spengler y Toynbee hablarían hoy de nuevas comunidades, McLuhan podría hacerlo de una nueva extensión del ser humano que nos situaría ante un nuevo estadio evolutivo: el “hombre-net”, protagonista activo y pasivo de una cultura en red interactiva que abre la mentalidad al diálogo y al planteamiento de modo continuo en un escenario de participaciones múltiples. En definitiva, un cambio de eje en la visión del hecho social, cultural y comunicativo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALFAMA, E., BONA, Y., CALLÉN B.:** "La virtualización de la afectividad", en Athenea Digital, nº 7, primavera 2005.
- CASTELLS, M.:** La galaxia Internet, Plaza y Janés, Barcelona, 2002.
- CASTELLS, M. (ed.):** La sociedad red: una visión global, Alianza, Madrid, 2006.
- CHRISTAKIS, N. A., FOWLER, J. H.:** Conectados: el sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan, Taurus, Barcelona, 2010.
- Derrick de Kerckhove,** el heredero de McLuhan, entrevista de Jordi Rovira. En: [<http://walkin.uoc.edu/pdfs/walkin02Kerckhove.pdf>].
- DÍEZ DEL CORRAL, L.:** El rapto de Europa, Alianza Editorial, Madrid, 1974.
- How Teens Use Media. A Nielsen report on the myths and realities of teen media trends, June 2009. En: [[http://blog.nielsen.com/nielsenwire/reports/nielsen\\_howteensusemedia\\_june09.pdf](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/reports/nielsen_howteensusemedia_june09.pdf)].
- MARTOS RUBIO, A.:** Redes sociales, Anaya Multimedia, Madrid, 2010.
- MCLUHAN, E., ZINGRONE, F. (eds.):** Essential McLuhan, Routledge, London, 1997.
- MORLEY, D.:** Televisión, audiencias y estudios culturales, Amorrortu Editores, Buenos Aires, 1996.
- RAMA, C. M.,** Teoría de la historia. Introducción a los estudios históricos (2ª edición ampliada), Editorial Tecnos, Madrid, 1968.
- SEMPERE, P.:** McLuhan en la era de Google: memorias y profecías de la Aldea Global, Editorial Popular, Madrid, 2007.
- SUÁREZ FERNÁNDEZ, L.:** Corrientes del pensamiento histórico, EUNSA, Pamplona, 1996.
- URRESTI, M. (ed.):** Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de Internet, La Crujía, Buenos Aires, 2008.