

# Mite, digitalisme i convergència tecnològica: discursos hegemònics i economia política

## NÚRIA ALMIRON

Professora lector de la Facultat de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra

nuria.almiron@upf.edu

### Resum

En aquest article s'exposen els resultats de l'anàlisi de l'estructura, la funció i la narrativa del discurs digitalista dominant fins avui, aquell que pren el canvi tecnològic com a motor inequívoc i irreversible de canvi social i ofereix un futur ple de promeses de progrés global. A través d'aquesta anàlisi la conclusió que se'n desprèn és la del profund caràcter mitagògic d'aquest discurs, caràcter que impedeix, de fet, i paradoxalment, avançar en la construcció de la societat promesa per la seva pròpia narrativa.

### Paraules clau

Mite, digitalisme, convergència tecnològica

## JOSEP MANUEL JARQUE

Professor de periodisme de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona

josemanuel.jarque@uab.cat

### Abstract

This article goes over the findings of an analysis of the structure, function and narrative of the dominant pro-digital discourse to date, that which takes technological change as an unequivocal and irreversible driving force of social change and offers a future full of promises of global progress. By means of this analysis, the conclusion drawn is that the profound "mythagogic" nature of this discourse, a character that actually and paradoxically impedes progress in constructing the society promised by its own narrative.

### Key words

Myth, digitalism, technological convergence.

## Mite, digitalisme i convergència tecnològica: discursos hegemònics i economia política

Tal com ha descrit Siegfried Jäger (2003), els discursos socials són un flux de coneixement, de tot el coneixement acumulat en la història d'una societat, que està en un procés de canvi constant i que té incidència en la formació de les condicions dels subjectes i en l'estructuració de les seves organitzacions i institucions. Lluny de ser homogenis, els discursos socials es formen a partir de textos que s'entretreixeixen els uns amb els altres i que esdevenen alhora afluents de narratives amb un ressò social més gran. En conseqüència, la seva formació és el producte d'una interacció complexa entre diferents subjectes o grups d'individus en la qual, naturalment, uns ostenten més poder en la seva producció, emissió o control que altres.

El discurs hegemònic que ha envoltat fins avui les tecnologies digitals, així com el discurs dels seus impactes socials, també segueix aquesta lògica. En aquest article exposem els resultats de l'anàlisi de l'estructura, la funció i la narrativa del discurs digitalista dominant fins avui, aquell que pren el canvi tecnològic com a motor inequívoc i irreversible de canvi social i ofereix un futur ple de promeses de progrés global. A través d'aquesta anàlisi, la conclusió que se'n desprèn és la del profund caràcter mitagògic d'aquest discurs, caràcter que impedeix, de fet, i paradoxalment, avançar en la construcció de la societat promesa per la seva pròpia narrativa. Per justificar aquesta afirmació abordem a continuació, després de l'inclu-

dible aclariment terminològic, les arrels històriques i els *topoi* o proposicions actuals que alimenten aquest discurs.

### 1. Del mite i el que és mitagògic

La discussió entorn del concepte del mite engloba perspectives diverses que van des de l'estètica, la poètica i la filosòfica, passant per la psicoanalítica, fins a la sociològicantropològica o la ritualisticoreligiosa, per citar-ne algunes. Amb tot, una de les característiques comunes a aquelles narratives que es poden qualificar de mitològiques<sup>1</sup> és la seva aspiració *totalitzadora*, és a dir, que pretenen donar explicació i solució a tots els àmbits de la vida, i abraçar-los. N'és un bon exemple el discurs hegemònic sobre les tecnologies digitals de la comunicació (TDC).

Alguns autors clàssics en l'estudi com Kirk (1985) afirmen, en un notable esforç de síntesi, que un discurs mitològic és aquell que és públic, té una estructura típica i iterativa, desenvolupa diferents funcions, és útil en relació amb les necessitats, el poder o l'estatus del seu o els seus emissors o receptors, i té significacions socials diferents. Una altra de les característiques del mite, i potser determinant, és la seva condició ahistòrica —per la qual elimina el temps lineal i els possibles canvis que això implica (Paramio 1971)— o estàtica, en paraules de Lévi-Strauss, ja que és "idèntic a si mateix" i constitueix un sistema tancat en què un nombre finit d'elements es

combina en diferents “oportunitats d'explicació” (Lévi-Strauss 1987).

Dit d'una altra forma: “Els mites no ens porten enlloc. Encara que hi hagi mites sobre el progrés, els mites en si mateixos no progressen” (Harpur 2006: 133). Això sí, els mites necessiten una reinterpretació constant en funció de les noves variables sorgides del context social en què s'activen com a discurs.

La funció del discurs mitològic no és, doncs, la de donar fe científica de la realitat —si és que tal objecte és possible—, tot i que moltes narratives que segueixen aquesta lògica consideren allò que exposen com un relat fedatari del que sembla o succeeix en la societat. En aquest sentit, Roland Barthes considera que el mite és un retall de la realitat atès que no amaga res: la seva funció és la de deformar, no pas la de fer desaparèixer” (Barthes 2000: 213). Amb la mitologització es procedeix, segons el semiòleg francès, a una activitat naturalitzadora o objectivadora de la realitat per la qual aquesta es presenta com una part d'una acció estranya a la intervenció humana.

Aquestes actituds són les que es poden qualificar de *mítiques* o *mitagògiques* (Paramio 1971) en establir una relació de confusió entre allò contingut pel mite i les versions contrastades de la realitat. Fent un símil, estaríem davant de la versió d'un observador que, tot i mirar pel pany d'una porta, insisteix que aprehèn tota l'habitació en comptes d'una part. Aquells que tenen una *actitud mitagògica* insisteixen a erigir com a model lògic d'interpretació de la realitat aquesta deformació o retall parcial. Ens trobem davant d'un pensament o una actitud que no admet interpretacions divergents que puguin qüestionar la seva aproximació a determinats problemes o processos socials i que, a més, s'erigeix en un discurs totalitzador, en una ideologia amb vocació hegemònica i dominadora que dificulta i obstaculitza un contacte complex amb la realitat de la qual informa.

A la mitologia mesopotàmica el món neix a partir d'un *Apsus* o “aigües primordials”. Segons la nostra opinió, el discurs entorn de les tecnologies digitals i la seva esquitxada sobre àmbits com el periodisme, per exemple, han estat fins avui només un afluent més d'un torrent discursiu mitagògic hegemònic i que engloba també la *democràcia digital* o l'economia, per citar altres fonts discursives que emanen del mateix lloc. A més de compartir una mateixa estructura narrativa, les anteriors brollen també de l'*Apsus* del *mite digital*, aquell que compon la cosmogonia preferent per definir què és la *societat de la informació*.

## 2. Els antecedents

Tanmateix, aquesta actitud mitagògica al voltant de la innovació o canvi aportat per les tecnologies digitals no és fruit de la casualitat, ans al contrari, hi podem detectar un impuls gens desinteressat.

Una anàlisi de les arrels històriques de la narrativa digitalista dominant fins avui posa en evidència que aquesta ha estat el

producte de la interacció i la iteració discursiva principalment entre quatre categories d'actors: els que pertanyen a les instàncies acadèmica, econòmica, política i mediàtica (aquesta darrera també comparteix les dimensions econòmica i política).

Els primers actors —les elits científiques i culturals— es revelen ben aviat com “els ideòlegs de la revolució d'internet i epígons dels polítics i dels industrials” (Wolton 2000: 51). Alguns dels autors impulsors de la narrativa més prometeica al voltant de les TDC en aquests cercles ni tan sols són contemporanis, sinó que han estat reinventats pels seus deixebles o seguidors. És el cas de Pierre Teilhard de Chardin (1881-1955) i la seva *noosfera*, o esfera virtual de pensament, que s'afegeix a la geosfera i a la biosfera i que constituïria la materialització del resultat de la fusió entre informació i energia. La fascinació que l'obra d'aquest capellà jesuïta, paleontòleg i filòsof ha provocat en els tecnoutòpics de finals del segle xx ha portat a la reedició recent de les seves obres originals o comentades i a la reinvençió de Teilhard com a ciberprofeta (Teilhard i King 1999; Teilhard 2001, 2004; King, U. 1998; King, T. M. 2005; Fabel i St. John 2003; Savary 2007). De com l'imaginari religiós continua alimentant la majoria d'utopies digitalistes n'ha donat bona fe Eric Davis a *Techgnosis. Myth, Magic, and Mysticism in the Age of Information* (1998).

Més modern, però també aliè a l'explosió digital de finals del segle xx, Marshall McLuhan (1911-1980) representarà amb el seu determinisme tecnològic implacable (“the medium is the message”) l'actualització de les idees de Teilhard, que barrejarà amb conceptes propis que faran enorme fortuna (de la galàxia Gutenberg al veïnatge universal, per exemple), amb els quals intentarà explicar com les tecnologies determinen la societat, alhora que deixarà sistemàticament fora de la seva anàlisi qualsevol dimensió politicoeconòmica. Això darrer no impedirà que, a través d'altres autors contemporanis, com el seu deixeble Derrick de Kerckhove (1995, 1997), McLuhan sigui rebatejat com a cibervisionari i els seus llibres recomanats en moltes universitats (McLuhan 1964, 1969, 1967, 1998).

Amb tot, la tasca més feixuga de l'evangelisme digital des del món acadèmic correspondrà a Nicholas Negroponte (1943-), el gran apòstol de la ruptura total “amb el món dels àtoms”. Cofundador dels dos altaveus mediàtics més grans sobre el canvi digital, la revista *Wired* i el MediaLab de l'Institut de Tecnologia de Massachusetts (MIT), Negroponte integrarà el discurs prometeic clàssic amb la lògica neoliberal (fet que —no podem obviar— li reportarà molts fons per al seu laboratori, probablement la fàbrica de tecnoutopies més gran del món). La seva anàlisi ahistòrica, apolítica i aeconòmica destacarà la impossibilitat d'aturar el canvi, la inevitabilitat d'aquest canvi i la innecessarietat de l'Estat i de les polítiques públiques en un entorn dirigit per la convergència digital. Rellegir avui el seu best-seller *Being Digital* (1995) exigeix fer un exercici de fe tan gran com quan es va publicar.

De tots els anteriors en traurà moltes idees la segona gran elit evangelitzadora del mite digital, els ideòlegs corporatius encapçalats pels Toffler i Bill Gates, seguits per un llarg ventall d'au-

tors de grans vendes amb el suport d'importants fundacions privades, principalment dels Estats Units. Mentre amb Alvin i Heidi Toffler (Toffler 1970, 1980) ens trobem amb els grans creadors d'escenaris d'anticipació a través dels quals el gran públic es familiaritzarà amb la retòrica tecnoinformacional (sempre anihiladora de l'estat-nació en el cas dels Toffler, cosa que congratularà bona part dels instituts conservadors que s'alimenten de les seves idees: World Futures Society, Institute for the Future, Hudson Institute, etc.), amb Bill Gates (1995, 1999) ens trobem amb la vulgarització màxima (entesa com a divulgació massiva a un públic no intel·lectual) del mite. La simplificació del discurs digitalista mitagògic del fundador de Microsoft permetrà la seva difusió a tots els racons del planeta. No hi haurà cap novetat en les seves paraules: es reiteren tots els vells tòpics (ruptura amb el passat, caràcter ahistòric, negació de la realitat exterior, inevitabilitat del canvi) per acabar justificant el capitalisme de mercat. Aquí, però, el clam per la ciberutopia en un escenari neoliberal tindrà un rerefons especialment irònic atenent a qui el fa: Gates és el primer multimilionari del planeta gràcies al monopoli d'un mercat (ni més ni menys que el del programari que utilitza el 90% de tots els ordinadors personals del món) que segueix avui ben lluny de l'escenari de competència perfecta del "capitalisme sense fricció" evangelitzat per Gates en la seva utopia particular.

Per acabar, de tots els evangelistes del discurs digital mitagògic des de l'esfera privada no podem deixar d'esmentar la Fundació Progrés i Llibertat<sup>2</sup>, un equip de reflexió amb seu a Washington que proclama obertament com a missió pròpia l'estudi de la "revolució digital" i les seves conseqüències sobre les polítiques públiques sense amagar el seu objectiu d'educar els formadors d'opinió, els líders de l'opinió pública i el públic en general sobre la necessitat de limitar el govern, ampliar el mercat i garantir més que mai la sobirania individual en l'escenari digital.

Des de l'àmbit de la política, l'actitud mitagògica ha estat igualment present en tot el reguitzell d'informes i plans per a la societat de la informació engegats des de principis dels setanta, per bé que destaca molt especialment el triomf del que Mattelart anomena "la mística del número" (Mattelart 2000, 2002). Segons aquest autor, l'embrió de la idea d'una societat regida per la informació el trobem ja en l'enaltiment irracional de la *xifra*, de la *dada*, que creixerà a partir de la Il·lustració. Que la raó es col·loqui des d'aleshores com a font i base principal d'autoritat tindrà —és impossible no ressaltar-ho— immenses conseqüències positives per a la humanitat quan s'iniciï el camí (encara no finalitzat) per posar fi a la tirania d'uns pocs sobre molts i l'organització de la societat sobre la base de criteris més justos i solidaris (també encara amb molt camí per recórrer). D'aquell gir històric, però, també en sorgiran conseqüències perverses, com la quantificació convertida en la mesura de totes les coses. El naixement de l'estadística a Alemanya al segle XVII serà un avís premonitori del despropòsit posterior. La *Staatkunde* o *Staatswissenschaft*, és a dir, la ciència de l'Estat, ja equipararà a partir del seu nom

mateix la *dada* amb l'autoritat. A partir d'aleshores, tot el que no sigui *dada*, és a dir, mesurable, no serà informació, és a dir, no serà rellevant.

Aquesta obsessió per la quantificació com a forma d'atorgar autoritat al que es quantifica impregnarà de forma preminent totes les polítiques públiques des que Fritz Machlup va intentar mesurar el pes de la informació en el producte nacional brut dels països a la dècada dels seixanta (Machlup 1962). Els plans informacionals de totes les grans nacions del món pràcticament sense excepció estaran regits per aquesta visió mitagògica: només quantificant amb xifres el fenomen digital s'espera obtenir una visió totalitzadora del seu abast. Des de la primera petició de la NASA a Nixon (1970), el Pla JACUDI japonès (1971) i els famosos informes Porat (1977) o Nora Minc (1978) fins a la narrativa de les autopistes de la informació dels anys noranta dels polítics dels Estats Units (encapçalats per Al Gore) i el Llibre Blanc de Jacques Delors (1994) o els informes Bangemann (1995, 1997) a Europa i les subseqüents polítiques nacionals que aquests impulsaran en els estats europeus, la tònica és sempre la mateixa. El determinisme garantirà que la tecnologia pot resoldre els problemes polítics i econòmics de les societats modernes; en major o menor grau, la utopia incorporarà ingredients místics o salvífics (vegeu el renaixement del sinergisme teològic entre l'home i Déu propugnat per Jonehi Masuda al Japó, 1980); la concepció de la informació serà instrumental i restringida (és informació eminentment allò que pot emanar dels ordinadors i ser traslladat per les telecomunicacions); l'obsessió per instaurar una matriu comptable útil per als polítics serà ubiqüa (fet que instal·larà en la societat una visió economicista d'internet, que prioritza els objectius de mercat abans que els de la seva protecció com a mitjà de comunicació social); i tot plegat amb l'exigència universal de la privatització econòmica dels sectors implicats com a única forma de garantir el desenvolupament màxim del potencial de les TDC.

Dels mitjans de comunicació poca cosa es pot afegir, en tant que funcionaran essencialment com a repetidors acrítics de tots els missatges prometeics, per més inversemblants que siguin. Recordem en aquest sentit l'estrafolària comparació que va fer un diari català de la primera versió del Windows que per fi va funcionar: en el rotatiu s'afirmava que era l'invent més gran de la història i que superava qualsevol tecnologia anterior. Un exemple més recent d'exaltació tecnològica es troba en l'anàlisi que els entusiastes de la xarxa fan de les eleccions a la presidència dels Estats Units celebrades el novembre del 2008, que arriben fins al punt de batejar el nou president dels EUA com Obama 2.0. Per als difusors del mite ciberprometeic, el tret més característic de la campanya d'Obama és l'ús històric que fa de les noves tecnologies, la qual cosa —afirmen— explica el seu ampli suport social. Obvien, però, que l'ús de la xarxa és un instrument més d'un moviment previ de suport social i que el candidat va basar la seva estratègia sobretot en una intensa i forta presència al carrer i en el porta a porta tradicional amb legions de simpatitzants col·laboradors.

Certament, doncs, cal referir-se a la història per valorar aquesta narrativa dominant, però no amb l'amnèsia que fins avui ha caracteritzat els mitjans de comunicació i el gruix dels intel·lectuals contemporanis.

El fet més paradoxal del discurs mitagògic sobre les TDC no és precisament el seu caràcter de trencament, com ens volen fer creure, sinó les seves enormes similituds amb anteriors discursos mitagògics. No cal indagar gaire per adonar-se que el discurs actual i recent és ple de proposicions ideològiques que no tan sols no són idees noves sinó que han estat compartides per totes les narratives tecnoutopistes anteriors. Vincent Mosco resumeix genialment aquesta amnèsia històrica contemporània, que oblida que abans de l'exaltació del digitalisme el món ja havia experimentat exaltacions similars, si no idèntiques, amb el telègraf, l'electricitat, el telèfon, la ràdio i la televisió (totes les citacions següents s'han extret de Mosco 2004: 117-140).

A les lleixes de les biblioteques (i encara les d'algunes llibreries) i les pàgines d'internet encara es troben textos on es parla de "l'agermanament universal de la humanitat", "l'aniquilació de l'espai i el temps en la transmissió de la intel·ligència" o la superació de la divisió social i econòmica i la cohesió i harmonia socials que portaria el telègraf. Entre les moltes opcions, citarem només les paraules d'un periodista: gràcies a les noves línies telegràfiques desplegades a través dels oceans, el telègraf faria "bategar el magnífic cor de la humanitat com un de sol provocant que "les guerres s'acabin i s'instauri al món un regnat de pau".

De l'electricitat es van dir coses similars, si no més exagerades, amb l'afegit que la il·luminació progressiva dels carrers de les ciutats les dotava d'una aura màgica que convertia les urbs en espectacles de llums i ombres descrits en paraules que evocaven directament l'"al·lucinació" que William Gibson recreava en la seva descripció del ciberespai a la seva novel·la mítica *Neuromancer* (1984).

Amb el telèfon fins i tot es va arribar més lluny. L'adveniment d'aquesta tecnologia fou considerat sinònim de l'arribada d'una nova era sense precedents. La informació disponible de la mateixa manera per a tothom comportaria una acceleració de la democràcia perquè "amb el telèfon tots som iguals". La publicitat dels primers telèfons els descrivia com els promotors d'un nou ordre social, una eina que podia "salvar la nació".

Bona part de les promeses, si no totes, aplicades al telègraf, l'electricitat i el telèfon es van aplicar a la ràdio. La nova eina permetria acostar la ciutadania a les fonts de poder, milloraria la qualitat de l'oratoría política, superaria la impremta com a recurs educatiu i canviaria la vida, sobretot, de les generacions més joves, més capacitades per entendre la nova tecnologia. El president de General Electric, i propietari de Radio Corporation of America, la va definir com "un mitjà per aconseguir la pau perpètua arreu del món", el mateix que va afirmar Marconi, i molts dels primers comentaristes radiofònics ressaltaven la millora que la política experimentaria pel fet que els discursos de les autoritats es radiarien en directe.

L'exaltació de la televisió va passar per dues grans etapes. La del seu naixement i la de l'aparició de la televisió per cable. En ambdós casos, però, la televisió transformava el sistema educatiu i s'erigia com a eina revolucionària per a l'educació dels més joves. El cable, a més, seria la tecnologia que mereixeria ser objecte per primera vegada de l'analogia de "l'autopista de la informació". Un dels textos més coneguts sobre les promeses de futur de la televisió, *The Future of Television* (Dunlap 1942), estava igualment convençut que la televisió era l'eina que aconseguiria fer realitat l'anhelat desig d'aconseguir "pau i llibertat per a tots" de forma duradora.

Transformacions democràtiques revolucionàries, un trencament irreversible i imparabile amb el passat i promeses de justícia social redemptores, és a dir, moralment alliberadores. Pau al món, harmonia social i una humanitat agermanada per la comunicació global. La resolució dels conflictes, de les desigualtats, de les guerres i de la ignorància. Un catàleg, en definitiva, de promeses reiteradament incomplertes que arriba intacte fins avui en el que Mattelart descriu com "la ideologia de la redempció a través de les xarxes" (Mattelart 2000).

### 3. Els topoi o proposicions actuals

El discurs mitagògic sobre les tecnologies digitals i els seus impactes socials té, doncs, unes arrels històriques llunyanes i és producte d'una narració amb creixement fractal, alimentada per diversos discursos recursius i iteratius d'estructura similar, que formen de manera conjunta la narrativa global sobre l'*era o la societat de la informació*.

És un caòtic ordre en el qual conflueixen, com s'ha assenyalat, actors i perspectives epistemològiques provinents d'àmbits socials dispersos però amb els suficients mitjans materials com per poder projectar els seus discursos a l'espai públic. Així, trobem institucions públiques que l'adopten com a programa de desenvolupament social, institucions econòmiques que ofereixen un nou sistema productiu, institucions acadèmiques devoteixen de les bondats digitals i de les revolucions comunicatives que provoquen les TDC alhora que integren en els plans d'estudi de les universitats noves assignatures relacionades amb aquestes i, finalment, professionals de la comunicació que l'accepten de forma submissa com una ruptura radical en les formes d'exercir la seva activitat. Diverses veus per a un mateix discurs, en estructura i en missatge. Una cacofonia gens nova, com hem vist, que també es reproduïx en el si dels diferents àmbits socials en els quals es propaga.

L'àmbit acadèmic és un exemple paradigmàtic. La majoria d'aportacions teòriques d'autors de la península són poca cosa més que variacions —amb poc esperit crític (López López, Orihuela, Parra i Álvarez, Merayo, per citar-ne alguns), tret d'honorables excepcions (Díaz Noci i Salaverría, entre altres)— de textos de referència del seus col·legues anglosaxons (Gillmor, Deuze, Landow, Nielsen, Oostendorp i Nimwegen, per exemple). Aquestes aportacions es caracteritzen alhora per

### Quadre 1. Síntesis dels topoi o proposicions del mite digital

Concepció de la història com a progrés.  
 Consideració de la situació actual d'inici d'una "nova era".  
 El progrés científic i tècnic com a motor de canvi social.  
 Hegemonia de la raó instrumental.  
 La tecnològització com a millora de la qualitat de vida.  
 Creença en una societat racional.  
 La meritocràcia basada en el coneixement.

Font: Almiron i Jarque, 2008

constituir un cercle cada cop més estret d'un grup d'autors que se citen mútuament.

La coincidència narrativa es fa encara més evident quan el discurs es fragmenta en *els topoi* o proposicions ideològiques que les diferents narratives actuals sobre el mite digital tenen en comú.

Totes i cada una d'aquestes propostes són compartides per les tecnoutopies predigitals sorgides en el decurs del segle xx. El mite digital només es limita a actualitzar o revitalitzar les proposicions en les quals:

a) *La història es presenta com a progrés*, com un producte d'avanç lineal i acumulatiu, de superació d'etapes i de millores civilitzadores en les quals s'ometen les seves continuïtats, discontinuïtats o semidiscontinuitats, que ens retornen a conjuntures en teoria ja depassades o impliquen ruptures substancials. Una representació de les nostres societats, a partir de la Il·lustració, com a sistemes orientats al futur amb un avenir obert en l'infinit i de contingut progressiu. El progrés, doncs, esdevé una acceleració dels temps de desenvolupament social i una reducció dels períodes històrics que se superen.

b) *Cada nou estadi es defineix com l'inici d'una "nova era", de ruptura o revolució*: "Hem passat de la galàxia Gutenberg a la galàxia internet" (Castells 2001). El trencament necessari amb el passat per justificar una teoria dels finals, de l'acabament de la política, de les ideologies o de la història, que impedeix qualsevol tipus d'aprenentatge de les fonts del passat.

c) *El progrés científic i tècnic com a motor del canvi i de l'avenir històric*. La societat avança quan hi ha innovació tecnològica, la qual insemna tots els àmbits socials amb millores polítiques i socials, econòmiques, culturals, etc. Una lectura de la ciència i del discurs científicista mecànicament positiva, acrítica.

d) *Acceptació o celebració del triomf de la raó instrumental*, per la qual el progrés científic digital ofereix un millor i més gran domini de la natura, amb les conseqüents millores socials.

e) *Adulació d'un estil de vida en el qual preval la tecnològització com a mitjà de millora de tots els àmbits*. Condicions laborals òptimes, en el seu hàbitat, o implementació de les habilitats intel·lectuals, àmbits tots els quals en què la tecnologia es presenta com una condició *sine qua non*. El fet tecnològic implica, a més, un canvi indefectible en les prioritats formatives i de coneixements per adquirir valor socialment, la majoria amb un perfil més tècnic o de domini de les eines que se suposa que susciten el canvi social.

f) *Es comparteix la creença d'una societat racional* en incorporar els mitjans la possibilitat de difondre i compartir el coneixement col·lectiu. La profunditat democràtica queda reduïda a la ficció d'una esfera social, mitificada, en la qual cada persona es pot expressar i trencar el monopoli d'institucions mediadores. L'intercanvi de coneixement és vist, per si mateix i sense més suports materials, com una activitat reguladora de la vida social que millora les condicions vitals dels individus en fer-los, entre altres qüestions, més lliures i crítics.

g) *S'assumeix un sistema de promoció social basat en una meritocràcia regulada pel coneixement*. Es promou una defensa de la jerarquització salarial a partir de les capacitats intel·lectuals, i es vincula la promoció en l'estatus social al grau de formació. El discurs mitagògic digitalista exalta el coneixement i la informació com els eixos que articulen les noves societats i les seves relacions socials, polítiques i econòmiques.

Totes aquestes proposicions se sostenen de forma precària, per les seves múltiples contradiccions, sobre l'economia política d'un mite digital, la narrativa del qual no només es manifesta profundament fonamentalista pel que fa a la tecnologia, sinó també molt conservadora en els aspectes polític, social i econòmic.

## 4. Conclusions

Les proposicions esmentades constitueixen promeses no acomplertes, de la mateixa manera que ha succeït sistemàticament amb les propostes presentades en èpoques anteriors per les successives revolucions de la comunicació.

Totes es mouen, a més, entre un ventall ampli que va des de posicionaments ideològics que engloben una ingènua o superficial anàlisi de la realitat present i de la història social fins als propagandístics cercadors de nous mercats. Són lemes o consignes de fàcil formulació però dubtós ancoratge amb la realitat que funcionen perquè són explicacions simples en les quals, sobretot, s'anul·la qualsevol referència als condicionants materials que pateixen els individus o a la discussió de com es distribueix el poder a les nostres societats.

Un exemple paradigmàtic és l'entusiasta acollida que han tin-

gut entre els partits polítics conceptes tan buits de contingut com els d'“esquerda digital” o “alfabetització tecnològica”, de tal forma que la prioritat esdevé que tothom tingui accés a internet, sobretot, o a les TDC com un element de justícia social, que amaga, no obstant això, qualsevol crítica al sistema educatiu, a les seves mancances o al seu escàs finançament.

Això confirma la impossibilitat d'avançar realment mentre el passat i la possibilitat de futurs alternatius només es conceben com a espectres sense interès. Les promeses de futur, si no beuen del manà de la memòria i de l'observació rigorosa del present, són avui, com ahir, poca cosa més que faules al servei d'interessos concrets. L'anàlisi del discurs, la funció i l'economia política del mite no només revela a bastament aquests interessos sinó la necessitat de superar-los i desmitificar-los.

## Notes

- 1 Mitològiques: pertanyents a la mitologia o al mite.
- 2 <<http://www.pff.org>>
- 3 Les citacions en el text són de les primeres versions de les obres per tal de complir l'objectiu de situar correctament en el temps l'evolució del discurs; en cas que hi hagi traducció, s'indica entre parèntesi.

## Bibliografia<sup>3</sup>

ALMIRON, N.; JARQUE, J. M. *Discursos hegemònics sobre Internet y periodismo*. Barcelona: Anthropos, 2008.

BARTHES, R. *Mitologías*. Madrid: Siglo XXI de España, 2000.

CASTELLS, M. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford: Oxford University Press, 2001 (*La Galaxia Internet*, Barcelona: Plaza y Janés, 2001).

DAVIS, E. *Techgnosis: Myth, Magic, and Mysticism in the Age of Information*. Nova York: Harmony Books, 1998.

DUNLAP, O. E. *The Future of Television*. Nova York: Harper Brothers, 1942.

FABEL, A.; St. John, D. P. (ed.). *Teilhard in the 21st Century: The Emerging Spirit of Earth*. Nova York: Orbis Books, 2003.

GATES, B. *The Road Ahead*, Nova York: Penguin Books, 1995 (Camino al futuro. Madrid: McGraw Hill, 1997).

GATES, B. *Business @ the Speed of Thought*. Nova York: Warner Books, 1999 (*Los negocios en la era digital*. Barcelona: Plaza y Janés, 1999).

HARPUR, P. *El Fuego secreto de los filósofos: una historia de la imaginación*. Girona: Atlanta, 2006.

JÄGER, S. S. “Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos”. A: Wodak, R.; Meyer, M. (comp.). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa, 2003.

KERKHOVE, D. DE. *The Skin of Culture*. Toronto: Sommerville, 1995.

KERKHOVE, D. DE. *Connected Intelligence. The Arrival of the Web Society*. Toronto: Sommerville, 1997.

KING, T. M. *Teilhard's Mass: Approaches to “The Mass on the World”*. Nova York: Paulist Press, 2005.

KING, U. *Spirit of Fire: The Life and Vision of Teilhard De Chardin*. Nova York: Orbis Books, 1998.

KIRK, G. S. *El Mito: su significado y funciones en la Antigüedad y otras culturas*. Barcelona: Paidós, 1985.

LÉVI-STRAUSS, C. *Mito y significado*. Madrid: Alianza, 1987.

MATTELART, A. “The mythology of progress: Communication breeds democracy”. A: *Le Monde Diplomatique*, desembre del 2000.

MATTELART, A. *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós, 2002.

MCLUHAN, M. *The Gutenberg Galaxy; the making of typographic man*. Toronto: University of Toronto Press, 1962 (*La galaxia Gutenberg: génesis del homo typographicus*. Barcelona: Círculo de Lectores, 1998).

MCLUHAN, M. *Understanding media; the extensions of man*. Nova York: McGraw-Hill, 1964 (*Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós, 1996).

MCLUHAN, M.; FIORE, Q. *The Medium is the message*. Nova York: Bantam Books, 1967.

MCLUHAN, M. [en línia]. “The Playboy Interview: Marshall McLuhan”. A: *Playboy Magazine*, març del 1969. <<http://www.mcluhanmedia.com/mmclpb01.html>>

MACHLUP, F. *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton: Princeton University Press, 1962.

MASUDA, Y. THE INFORMATION SOCIETY AS A POST-INDUSTRIAL SOCIETY. Tòquio: Institute Información Society, 1980 (*La sociedad informatizada como sociedad post-industrial*. Madrid: Fundesco/Tecnos, 1984).

MOSCO, V. *The Digital Sublime. Myth, Power, and Cyberspace*. Cambridge, MA: MIT Press, 2004.

PARAMIO, L. *Mito e ideología*. Madrid: Alberto Corazón Edit, 1971.

SAVARY, L. *Teilhard de Chardin. The Divine Milieu Explained: A Spirituality for the 21st Century*. Nova York: Paulist Press, 2007.

TEILHARD DE CHARDIN, P.; KING, U. *Pierre Teilhard de Chardin: Writings (Modern Spiritual Masters Series)*. Nova York: Orbis Books, 1999.

TEILHARD DE CHARDIN, P. *The Divine Milieu*, Nova York: Perennial, 2001.

TEILHARD DE CHARDIN, P. *The Future of Man*, Nova York: Doubleday, 2004.

TOFFLER, A. *Future Shock*, Nova York: Random House, 1970 (*El "shock" del futuro*. Barcelona: Plaza y Janés, 1999).

TOFFLER, A. *The Third Wave*. Nova York: Bantam Books, 1980 (*La tercera ola*. Barcelona: Plaza y Janés, 1992).

WOLTON, D. *Internet. Petit Manuel de survie*. París: Flammarion, 2000 (*Sobrevivir a Internet*. Barcelona: Gedisa, 2000).