

# Mito, digitalismo y convergencia tecnológica: discursos hegemónicos y economía política

## NÚRIA ALMIRON

Profesora lectora de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra

nuria.almiron@upf.edu

### Resumen

En el presente artículo se exponen los resultados del análisis de la estructura, la función y la narrativa del discurso digitalista dominante hasta el momento, el que toma el cambio tecnológico como inequívoco e irreversible motor de cambio social y ofrece un futuro lleno de promesas de progreso global. A través de este análisis, la conclusión que se desprende es la del profundo carácter mitagógico de este discurso, carácter que impide, de hecho, y paradójicamente, avanzar en la construcción de la prometida sociedad por su propia narrativa.

### Palabras clave

Mito, digitalismo, convergencia tecnológica.

## JOSEP MANUEL JARQUE

Profesor de periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma 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.

## Mito, digitalismo y convergencia tecnológica: discursos hegemónicos y economía política

Tal como ha descrito Siegfried Jäger (2003), los discursos sociales son un flujo de conocimiento, de todo el conocimiento acumulado en la historia de una sociedad, que está en un proceso de constante cambio y que tiene incidencia en la formación de las condiciones de los sujetos y en la estructuración de sus organizaciones e instituciones. Lejos de ser homogéneos, los discursos sociales se forman a partir de textos que se entretienen unos con otros y se convierten, a su vez, en afluentes de narrativas con una mayor resonancia social. En consecuencia, su formación es el producto de una compleja interacción entre distintos sujetos o grupos de individuos en la que, naturalmente, unos ostentan más poder en su producción, emisión o control que otros.

El discurso hegemónico que ha rodeado hasta hoy las tecnologías digitales, así como el discurso de sus impactos sociales, también sigue esa lógica. En el presente artículo exponemos los resultados del análisis de la estructura, la función y la narrativa del discurso digitalista dominante hasta el momento, ese que toma el cambio tecnológico como inequívoco e irreversible motor de cambio social y ofrece un futuro lleno de promesas de progreso global. A través de este análisis, la conclusión que se desprende es la del profundo carácter mitagógico de este discurso, carácter que impide, de hecho, y paradójicamente, avanzar en la construcción de la prometida sociedad

por su propia narrativa. Para justificar esa afirmación abordamos a continuación, tras la ineludible aclaración terminológica, las raíces históricas y los *topoi* o proposiciones actuales que alimentan este discurso.

### 1. Del mito y lo mitagógico

La discusión en torno al concepto del mito engloba distintas perspectivas que van desde la estética, poética y filosófica, pasando por la psicoanalítica, hasta la sociológico-antropológica o la ritualístico-religiosa, por destacar algunas. Con todo, una de las características comunes a esas narrativas que pueden calificarse de mitológicas<sup>1</sup> es su aspiración totalizadora, es decir, que pretenden dar explicación y solución a todos los ámbitos de la vida, y abrazarlos. Es un buen ejemplo de ello el discurso hegemónico sobre las tecnologías digitales de la comunicación (TDC).

Algunos autores clásicos en el estudio, como Kirk (1985), y en un notable esfuerzo de síntesis, afirman que un discurso mitológico es aquel que es público, con una estructura típica e iterativa, con distintas funciones y utilidad en relación con las necesidades, el poder o el estatus de su o sus emisores o receptores, y con distintas significaciones sociales. Otra de las características del mito, y quizás determinante, es su condición ahistórica —para la que elimina el tiempo lineal y los posibles cambios que eso implica (Paramio 1971) — o estáti-

ca, en palabras de Lévi-Strauss, ya que es “idéntico a sí mismo” y constituye un sistema cerrado en el que un número finito de elementos se combina en distintas “oportunidades de explicación” (Lévi-Strauss 1987).

Dicho de otro modo: “Los mitos no nos llevan a ningún sitio. Aunque existan mitos sobre el progreso, los mitos en sí mismos no progresan” (Harpur 2006: 133). Eso sí, los mitos necesitan una constante reinterpretación en función de las nuevas variables surgidas del contexto social en las que se activan como discurso.

La función del discurso mitológico no es, pues, la de dar fe científica de la realidad —si es que tal objeto es posible—, aunque muchas narrativas que siguen esa lógica consideran lo que exponen como un relato fedatario de lo que parece o sucede en la sociedad. En ese sentido, Roland Barthes considera que el mito es un retazo de la realidad, dado que no esconde nada: su función es la de deformar, no la de hacer desaparecer” (Barthes 2000: 213). Con la mitologización se procede, según el semiólogo francés, a una actividad naturalizadora u objetivadora de la realidad por la que ésta se presenta como una parte de una acción extraña a la intervención humana.

Esas actitudes son las que pueden calificarse de *míticas* o *mitagógicas* (Paramio 1971) al establecer una relación de confusión entre lo que contiene el mito y las versiones contrastadas de la realidad. Haciendo un símil, estaríamos ante la versión de un observador que, a pesar de mirar por la cerradura de una puerta, insiste que aprehende toda la habitación en vez de una parte. Los que tienen una *actitud mitagógica* insisten en erigir como modelo lógico de interpretación de la realidad esta deformación o retazo parcial. Nos encontramos ante un pensamiento o una actitud que no admite interpretaciones divergentes que puedan cuestionar su aproximación a determinados problemas o procesos sociales y que, además, se erige en un discurso totalizador, en una ideología con vocación hegemónica y dominadora que dificulta y obstaculiza un complejo contacto con la realidad de la que informa.

En la mitología mesopotámica, el mundo nace a partir de un *Apsus* o “aguas primordiales”. Según nuestra opinión, el discurso en torno a las tecnologías digitales y su salpicadura sobre ámbitos como el periodismo, por ejemplo, han sido hasta hoy sólo un afluente más de un torrente discursivo mitagógico hegemónico y que engloba también la *democracia digital* o la *economía*, por citar otras fuentes discursivas que emanan del mismo sitio. Además de compartir una misma estructura narrativa, los anteriores surgen también del *Apsus* del *mito digital*, el que forma la cosmogonía preferente para definir qué es la *sociedad de la información*.

## 2. Los antecedentes

Sin embargo, dicha actitud mitagógica en torno a la innovación o cambio aportado por las tecnologías digitales no es fruto de la casualidad, muy al contrario, podemos detectar un impulso nada desinteresado.

Un análisis de las raíces históricas de la narrativa digitalista dominante hasta hoy pone en evidencia que ésta ha sido producto de la interacción y la iteración discursiva principalmente entre cuatro categorías de actores: los que pertenecen a las instancias académica, económica, política y mediática (esta última también comparte las dimensiones económica y política).

Los primeros actores —las élites científicas y culturales— pronto se revelan como “los ideólogos de la revolución de internet y epígonos de los políticos y los industriales” (Wolton 2000: 51). Algunos de los autores impulsores de la narrativa más prometeica en torno a las TDC en estos círculos no son siquiera contemporáneos, sino que han sido reinventados por sus discípulos o seguidores. Es el caso de Pierre Teilhard de Chardin (1881-1955) y su *noosfera*, o esfera virtual de pensamiento, que se añade a la geosfera y a la biosfera y que constituiría la materialización del resultado de la fusión entre información y energía. La fascinación que la obra de este cura jesuita, paleontólogo y filósofo ha provocado en los tecnoutópicos de finales del siglo xx ha llevado a la reciente reedición de sus obras originales o comentadas y a la reinención de Teilhard como ciberprofeta (Teilhard y King 1999; Teilhard 2001, 2004; King, U. 1998; King, T. M. 2005; Fabel y S. John 2003; Savary 2007). De cómo el imaginario religioso sigue alimentando la mayoría de utopías digitalistas ha dado buena fe Eric Davis en *Techgnosis. Myth, Magic, and Mysticism in the Age of Information* (1998).

Más moderno, pero también ajeno a la explosión digital de finales del siglo xx, Marshall McLuhan (1911-1980) representará con su implacable determinismo tecnológico (“the medium is the message”) la actualización de las ideas de Teilhard, que mezclará con conceptos propios que tendrán una gran fortuna (de la galaxia Gutenberg a la vecindad universal, por ejemplo), con los que intentará explicar cómo las tecnologías determinan la sociedad, a la vez que dejará sistemáticamente fuera de su análisis cualquier dimensión político-económica. Esto último no impedirá que a través de otros autores contemporáneos, como su discípulo Derrick de Kerckhove (1995, 1997), McLuhan sea rebautizado cibervisionario y sus libros sean recomendados en muchas universidades (McLuhan 1964, 1969, 1967, 1998).

Con todo, la tarea más pesada del evangelismo digital desde el mundo académico corresponderá a Nicholas Negroponte (1943- ), el gran apóstol de la ruptura total “con el mundo de los átomos”. Cofundador de los dos principales altavoces mediáticos sobre el cambio digital, la revista *Wired* y el MediaLab del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), Negroponte integrará el discurso prometeico clásico con la lógica neoliberal (hecho que —no podemos obviarlo— le reportará muchos fondos para su laboratorio, probablemente la mayor fábrica de tecnoutopías del mundo). Su análisis ahistórico, apolítico y económico destacará la imposibilidad de detener el cambio, la inevitabilidad de este cambio y la innecesariedad del Estado y de las políticas públicas en un entorno dirigido por la convergen-

cia digital. Releer hoy su *best-seller Being Digital* (1995) exige la realización de un ejercicio de fe tan grande como cuando se publicó.

De todo ello sacará muchas ideas la segunda gran élite evangelizadora del mito digital, los ideólogos corporativos encabezados por los Toffler y Bill Gates, seguidos por un amplio abanico de autores de grandes ventas con el apoyo de importantes fundaciones privadas, principalmente de Estados Unidos. Mientras que con Alvin y Heidi Toffler (Toffler 1970, 1980) nos encontramos con los grandes creadores de escenarios de anticipación a través de los que el gran público se familiarizará con la retórica tecnoinformacional (siempre anihiladora del estado-nación en el caso de los Toffler, lo que congratulará buena parte de los institutos conservadores que se alimentan de sus ideas: World Futures Society, Institute for the Future, Hudson Institute, etc.), con Bill Gates (1995, 1999) nos encontramos con la vulgarización máxima (entendida como divulgación masiva a un público no intelectual) del mito. La simplificación del discurso digitalista mitagógico del fundador de Microsoft permitirá su difusión en todos los rincones del planeta. No encontraremos novedad alguna en sus palabras: se reiteran todos los viejos tópicos (ruptura con el pasado, carácter ahistórico, negación de la realidad exterior, inevitabilidad del cambio) para acabar justificando el capitalismo de mercado. Aquí, sin embargo, el clamor por la ciberutopía en un escenario neoliberal tendrá un trasfondo especialmente irónico atendiendo a quien lo hace: Gates es el primer multimillonario del planeta gracias al monopolio de un mercado (ni más ni menos que el del software que utilizan el 90% de los ordenadores personales del mundo) que sigue hoy en día lejos del escenario de competencia perfecta del “capitalismo sin fricción” evangelizado por Gates en su particular utopía.

Para finalizar, de todos los evangelistas del discurso digital mitagógico desde la esfera privada no podemos dejar de mencionar la Fundación Progreso y Libertad,<sup>2</sup> un equipo de reflexión con sede en Washington que proclama abiertamente como misión propia el estudio de la “revolución digital” y sus consecuencias sobre las políticas públicas sin esconder su objetivo de educar a los formadores de opinión, los líderes de la opinión pública y el público en general sobre la necesidad de limitar el gobierno, ampliar el mercado y garantizar más que nunca la soberanía individual en el escenario digital.

Desde el ámbito de la política, la actitud mitagógica ha estado presente, asimismo, en toda la retahíla de informes y planes para la sociedad de la información puestos en marcha desde principios de los años setenta, aunque destaca muy especialmente el triunfo de lo que Mattelart llama “la mística del número” (Mattelart 2000, 2002). Según dicho autor, el embrión de la idea de una sociedad regida por la información lo encontramos ya en el enaltecimiento irracional de la *cifra*, del *dato*, que crecerá a partir de la Ilustración. Que la razón se coloque desde entonces como fuente y principal base de autoridad tendrá —es imposible no resaltarlo— inmensas consecuencias positivas para la humanidad cuando se inicie el ca-

mino (todavía no finalizado) para poner fin a la tiranía de unos pocos sobre muchos y la organización de la sociedad sobre la base de criterios más justos y solidarios (todavía con mucho camino por recorrer). De ese giro histórico, sin embargo, también surgirán consecuencias perversas, como la cuantificación convertida en la medida de todas las cosas. El nacimiento de la estadística en Alemania en el siglo XVII será un aviso premonitorio del posterior despropósito. La *Staatkunde* o *Staatswissenschaft*, es decir, la ciencia del Estado, ya equipará a partir de su propio nombre el dato con la autoridad. A partir de entonces, todo lo que no sea dato, es decir, medible, no será información, es decir, no será relevante.

Esta obsesión por la cuantificación como forma de conceder autoridad a lo que se cuantifica impregnará de forma preeminente todas las políticas públicas desde que Fritz Machlup intentó medir el peso de la información en el producto nacional bruto de los países en la década de los sesenta (Machlup 1962). Los planes informacionales de todas las grandes naciones del mundo prácticamente sin excepción estarán regidos por esta visión mitagógica: sólo cuantificando con cifras el fenómeno digital se espera obtener una visión totalizadora de su alcance. Desde la primera petición de la NASA a Nixon (1970), el Plan JACUDI japonés (1971) y los famosos informes Porat (1977) o Nora Minc (1978) hasta la narrativa de las autopistas de la información de los años noventa de los políticos de Estados Unidos (encabezados por Al Gore) y el Libro Blanco de Jacques Delors (1994) o los informes Bangemann (1995, 1997) en Europa y las subsecuentes políticas nacionales que éstos impulsarán en los estados europeos, la tónica es siempre la misma. El determinismo garantizará que la tecnología pueda resolver los problemas políticos y económicos de las sociedades modernas; en mayor o menor grado, la utopía incorporará ingredientes místicos o salvíficos (véase el renacimiento del sinergismo teológico entre el hombre y Dios propugnado por Jonehi Masuda en Japón, 1980); la concepción de la información será instrumental y restringida (es información eminentemente lo que puede emanar de los ordenadores y ser trasladado por las telecomunicaciones); la obsesión por instaurar una matriz contable útil para los políticos será ubicua (hecho que instalará en la sociedad una visión economicista de internet, que prioriza los objetivos de mercado antes que los de su protección como medio de comunicación social); y todo ello con la exigencia universal de la privatización económica de los sectores implicados como única forma de garantizar el máximo desarrollo del potencial de las TDC.

Poco más puede añadirse de los medios de comunicación, en tanto que funcionarán esencialmente como repetidores acríticos de todos los mensajes prometeicos, por más inverosímiles que sean. Recordemos en ese sentido la estrafalaria comparación que realizó un diario catalán de la primera versión del Windows que por fin funcionó: en el rotativo se afirmaba que era el mayor invento de la historia y que superaba cualquier tecnología anterior. Un ejemplo más reciente de exaltación tecnológica se encuentra en el análisis que los entusiastas de la

red realizan de las elecciones a la presidencia de Estados Unidos celebradas en noviembre de 2008, que llegan al punto de bautizar al nuevo presidente de EE.UU. como Obama 2.0. Para los difusores del mito ciberprometeico, el rasgo más característico de la campaña de Obama es el uso histórico que realiza de las nuevas tecnologías, lo que —afirman— explica su amplio apoyo social. Obvian, sin embargo, que el uso de la red es un instrumento más de un movimiento previo de apoyo social y que el candidato basó su estrategia sobre todo en una intensa y fuerte presencia en la calle y en el puerta a puerta tradicional con legiones de simpatizantes colaboradores.

Ciertamente, pues, es preciso referirse a la historia para valorar esa narrativa dominante, pero no con la amnesia que hasta hoy ha caracterizado a los medios de comunicación y la mayoría de los intelectuales contemporáneos.

El hecho más paradójico del discurso mitagógico sobre las TDC no es precisamente su carácter de ruptura, como nos quieren hacer creer, sino sus enormes similitudes con anteriores discursos mitagógicos. No hay que indagar mucho para darse cuenta de que el discurso actual y reciente está repleto de proposiciones ideológicas que no tan sólo no son ideas nuevas, sino que han sido compartidas por todas las anteriores narrativas tecnoutopistas. Vincent Mosco resume genialmente esa amnesia histórica contemporánea, que olvida que antes de la exaltación del digitalismo el mundo ya había experimentado exaltaciones similares, si no idénticas, con el telégrafo, la electricidad, el teléfono, la radio y la televisión (las siguientes citas se han extraído de Mosco 2004: 117-140).

En las estanterías de las bibliotecas (y de algunas librerías) y en las páginas de internet todavía encontramos textos en los que se habla de “el hermanamiento universal de la humanidad”, “la aniquilación del espacio y el tiempo en la transmisión de la inteligencia” o la superación de la división social y económica y la cohesión y la armonía sociales que traería el telégrafo. Entre las muchas opciones, citaremos sólo las palabras de un periodista: gracias a las nuevas líneas telegráficas desplegadas a través de los océanos, el telégrafo haría “latir el magnífico corazón de la humanidad como uno de solo provocando que “las guerras se acaben y se instaure en el mundo un reinado de paz”.

Se dijeron cosas similares de la electricidad, si no más exageradas, con la añadidura de que la iluminación progresiva de las calles de las ciudades las dotaba de un aura mágica que convertía las urbes en espectáculos de luces y sombras descritas en palabras que evocan directamente la “alucinación” que William Gibson recreaba en su descripción del ciberespacio en su novela mítica *Neuromancer* (1984).

Con el teléfono incluso se llegó más lejos. El advenimiento de esa tecnología fue considerado sinónimo de la llegada de una nueva era sin precedentes. La información disponible del mismo modo para todo el mundo comportaría una aceleración de la democracia porque “con el teléfono todos somos iguales”. La publicidad de los primeros teléfonos los describía como los promotores de un nuevo orden social, una herramienta que podía “salvar la nación”.

Buena parte de las promesas, si no todas, aplicadas al telégrafo, a la electricidad y al teléfono se aplicaron a la radio. La nueva herramienta permitiría acercar la ciudadanía a las fuentes de poder, mejoraría la calidad de la oratoria política, superaría la imprenta como recurso educativo y cambiaría la vida, sobre todo, de las generaciones más jóvenes, más capacitadas para entender la nueva tecnología. El presidente de General Electric, y propietario de Radio Corporation of America, la definió como “un medio para conseguir la paz perpetua en todo el mundo”, lo mismo que afirmó Marconi, y muchos de los primeros comentaristas radiofónicos resaltaban la mejora que la política experimentaría por el hecho de que los discursos de las autoridades se radiarían en directo.

La exaltación de la televisión pasó por dos grandes etapas. La de su nacimiento y la de la aparición de la televisión por cable. En ambos casos, sin embargo, la televisión transformaba el sistema educativo y se erigía como herramienta revolucionaria para la educación de los más jóvenes. El cable, además, sería la tecnología que merecería ser objeto, por primera vez, de la analogía de “la autopista de la información”. Uno de los textos más conocidos sobre las promesas de futuro de la televisión, *The Future of Television* (Dunlap 1942), estaba igualmente convencido de que la televisión era la herramienta que conseguiría hacer realidad el anhelado deseo de conseguir “paz y libertad para todos” de forma duradera.

Transformaciones democráticas revolucionarias, una ruptura irreversible e imparabla con el pasado y promesas de justicia social redentoras, es decir, moralmente liberadoras. Paz en el mundo, armonía social y una humanidad hermanada por la comunicación global. La resolución de los conflictos, de las desigualdades, de las guerras y de la ignorancia. Un catálogo, en definitiva, de promesas reiteradamente incumplidas que llega intacto hasta hoy en lo que Mattelart describe como “la ideología de la redención a través de las redes” (Mattelart 2000).

### 3. Los *topoi* o proposiciones actuales

El discurso mitagógico sobre las tecnologías digitales y sus impactos sociales tiene, pues, unas raíces históricas lejanas y es producto de una narración con crecimiento fractal, alimentada por distintos discursos recursivos e iterativos de estructura similar, que forman conjuntamente la narrativa global sobre la *era* o la *sociedad de la información*.

Es un caótico orden en el que confluyen, como se ha señalado, actores y perspectivas epistemológicas provenientes de ámbitos sociales dispersos pero con los suficientes medios materiales como para poder proyectar sus discursos en el espacio público. Así, encontramos instituciones públicas que lo adoptan como programa de desarrollo social, instituciones económicas que ofrecen un nuevo sistema productivo, instituciones académicas devotas de las bondades digitales y de las revoluciones comunicativas que provocan las TDC a la vez que integran en los planes de estudio de las universidades nuevas asig-

### Cuadro 1. Síntesis de los *topoi* o proposiciones del mito digital

<p>Concepción de la historia como progreso.</p> <p>Consideración de la actual situación de inicio de una “nueva era”.</p> <p>Progreso científico y técnico como motor del cambio social.</p> <p>Hegemonía de la razón instrumental.</p> <p>Tecnologización como mejora de la calidad de vida.</p> <p>Creencia en una sociedad racional.</p> <p>Meritocracia basada en el conocimiento.</p>
--

Fuente: Almiron y Jarque, 2008.

naturas relacionadas con éstas y, finalmente, profesionales de la comunicación que lo aceptan de forma sumisa como una ruptura radical en las formas de ejercer su actividad. Distintas voces para un mismo discurso, en estructura y mensaje. Una cacofonía nada nueva, como hemos visto, que también se reproduce en el sí de los distintos ámbitos sociales en los que se propaga.

El ámbito académico es un ejemplo paradigmático. La mayoría de aportaciones teóricas de autores de la península son poco más que variaciones —con poco espíritu crítico (López López, Orihuela, Parra y Álvarez, Merayo, por citar algunos), excepto honorables excepciones (Díaz Noci y Salaverría, entre otros) — de textos de referencia de sus colegas anglosajones (Gillmor, Deuze, Landow, Nielsen, Oostendorp y Nimwegen, por ejemplo). Esas aportaciones se caracterizan, a su vez, por constituir un círculo cada vez más estrecho de un puñado de autores que se citan mutuamente.

La coincidencia narrativa es todavía más evidente cuando el discurso se fragmenta con los *topoi* o proposiciones ideológicas que las distintas narrativas actuales sobre el mito digital tienen en común.

Todas y cada una de esas propuestas son compartidas por las tecnoutopías predigitales surgidas en el transcurso del siglo xx. El mito digital sólo se limita a actualizar o revitalizar las proposiciones en las que:

a) *La historia se presenta como progreso*, como un producto de avance lineal y acumulativo, de superación de etapas y de mejoras civilizadoras en las que se omiten sus continuidades, discontinuidades o semidiscontinuidades, que nos devuelven a coyunturas en teoría ya pasadas o implican rupturas sustanciales. Una representación de nuestras sociedades, a partir de la Ilustración, como sistemas orientados al futuro con un porvenir abierto en el infinito y de contenido progresivo. El progreso, pues, se convierte en una aceleración de los tiempos de desarrollo social y una reducción de los períodos históricos que se superan.

b) *Cada nuevo estadio se define como el inicio de una “nueva era”*, de ruptura o revolución: “Hemos pasado de la galaxia

Gutenberg a la galaxia internet” (Castells 2001). La necesaria ruptura con el pasado para justificar una teoría de los *finales*, de la finalización de la política, de las ideologías o de la historia, que impide cualquier tipo de aprendizaje de las fuentes del pasado.

c) *El progreso científico y técnico como motor del cambio y del porvenir histórico*. La sociedad avanza cuando existe innovación tecnológica, que insemna todos los ámbitos sociales con mejoras políticas y sociales, económicas, culturales, etc. Una lectura de la ciencia y del discurso científicista mecánicamente positiva, acrítica.

d) *Aceptación o celebración del triunfo de la razón instrumental*, por la que el progreso científico digital ofrece un mejor y mayor dominio de la naturaleza, con las consecuentes mejoras sociales.

e) *Adulación de un estilo de vida en el que prevalece la tecnologización como medio de mejora de todos los ámbitos*. Condiciones laborales óptimas, en su hábitat, o implementación de las habilidades intelectuales, ámbitos en los que la tecnología se presenta como una condición sine qua non. El hecho tecnológico implica, además, un cambio indefectible en las prioridades formativas y de conocimientos para adquirir valor socialmente, la mayoría con un perfil más técnico o de dominio de las herramientas que se supone que suscitan el cambio social.

f) *Se comparte la creencia de una sociedad racional* al incorporar los medios la posibilidad de difundir y compartir el conocimiento colectivo. La profundidad democrática queda reducida a la ficción de una esfera social, mitificada, en la que cada persona puede expresarse y romper el monopolio de instituciones mediadoras. El intercambio de conocimiento es visto, por sí mismo y sin más apoyos materiales, como una actividad reguladora de la vida social que mejora las condiciones vitales de los individuos en hacerlos, entre otras cuestiones, más libres y críticos.

g) *Se asume un sistema de promoción social basado en una meritocracia regulada por el conocimiento*. Se promueve una defensa de la jerarquización salarial a partir de las capacidades intelectuales, y se vincula la promoción en el estatus social al grado de formación. El discurso mitagógico digitalista ensalza el conocimiento y la información como los ejes que articulan las nuevas sociedades y sus relaciones sociales, políticas y económicas.

Todas esas proposiciones se sostienen de forma precaria, por sus múltiples contradicciones, sobre la economía política de un mito digital, cuya narrativa no sólo se manifiesta profundamente fundamentalista con respecto a la tecnología, sino también muy conservadora en el aspecto político, social y económico.

#### 4. Conclusiones

Las mencionadas proposiciones constituyen promesas no cumplidas, del mismo modo que ha sucedido sistemáticamente con las propuestas presentadas en épocas anteriores por las sucesivas revoluciones de la comunicación.

Todas se mueven, además, entre un amplio abanico que va desde posicionamientos ideológicos que engloban un ingenuo o superficial análisis de la realidad presente y de la historia social hasta los propagandísticos buscadores de nuevos mercados. Son lemas o consignas de fácil formulación pero dudoso anclaje con la realidad que funcionan porque son explicaciones simples en las que, sobre todo, se anula cualquier referencia a los condicionantes materiales que sufren los individuos o a la discusión de cómo se distribuye el poder en nuestras sociedades.

Es un ejemplo paradigmático la entusiasta acogida que han tenido entre los partidos políticos conceptos tan vacíos de contenido como los de “brecha digital” o “alfabetización tecnológica”, de tal forma que la prioridad es que todo el mundo tenga acceso a internet, sobre todo, o a las TDC como un elemento de justicia social, que esconde, no obstante, cualquier crítica al sistema educativo, a sus carencias o a su escasa financiación.

Eso confirma la imposibilidad de avanzar realmente mientras el pasado y la posibilidad de futuros alternativos sólo se conciben como espectros sin interés. Las promesas de futuro, si no beben del maná de la memoria y de la rigurosa observación del presente, son hoy, como ayer, poco más que fábulas al servicio de intereses concretos. El análisis del discurso, la función y la economía política del mito no sólo revelan sobradamente esos intereses, sino la necesidad de superarlos y desmitificarlos.

#### Notas

- 1 Mitológicas: pertenecientes a la mitología o al mito.
- 2 <<http://www.pff.org>>
- 3 Las citas en el texto son de las primeras versiones de las obras para cumplir el objetivo de situar correctamente en el tiempo la evolución del discurso; en el caso de que exista traducción, se indica entre paréntesis.

#### Bibliografía<sup>3</sup>

- ALMIRON, N.; JARQUE, J. M. *Discursos hegemónicos 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*. Nueva York: Harmony Books, 1998.
- DUNLAP, O. E. *The Future of Television*. Nueva York: Harper Brothers, 1942.
- FABEL, A.; St. John, D. P. (ed.). *Teilhard in the 21st Century: The Emerging Spirit of Earth*. Nueva 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”. En: 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"*. Nueva York: Paulist Press, 2005.
- KING, U. *Spirit of Fire: The Life and Vision of Teilhard De Chardin*. Nueva 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”. En: *Le Monde Diplomatique*, diciembre 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*. Nueva York: Bantam Books, 1967.

McLUHAN, M. "The Playboy Interview: Marshall McLuhan". En: *Playboy Magazine*, marzo de 1969. [En línea].  
<<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. Tokio: 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*. Nueva York: Paulist Press, 2007.

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

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

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

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

TOFFLER, A. *The Third Wave*. Nueva 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).