

Ideologías de la Red: Del ciber-liberalismo al ciber-realismo

Versión en: [[Inglés](#)] y [[Italiano](#)]

Resumen

Este documento analiza la ideología superoptimista propagada por la revista Wired y varios puntos de vista críticos con la misma respecto al papel de Internet en el diseño de nuestro futuro. Tras exponer por qué los ideales ciber-libertarios no se han realizado y un decepcionante mercado de cinco años está llegando a su fin, este ensayo concluye con una perspectiva más realista sobre esta revolución.

Ideologías en el espacio exterior y en el interior

Ideólogos, visionarios o *digerati* (1)... Nunca en la historia de la humanidad ha habido tantas personas que han expuesto sus puntos de vista sobre lo que será el futuro. Y nunca se demostraron esos puntos de vista, prognosis o ideologías tan erróneas a un ritmo tan veloz. Hasta hace poco, la interpretación común del término ideología estaba relacionada, de alguna forma, con una creencia duradera. Capitalismo vs. comunismo, izquierda vs. derecha, libertarios vs. conservadores, etc. La mayoría de estas dicotomías han durado siglos y no hay indicios ni fatalidad alguna de que vayan a converger por entero en el futuro.

El 20 de julio de 1969, Neil Alden Armstrong, comandante de la misión lunar *Apolo 11*, se convirtió en la primera persona que puso su pie en la luna. En las décadas siguientes, los Estados Unidos y la ex Unión Soviética invirtieron miles de millones de dólares en investigación espacial con el objetivo final de proteger y promover sus respectivas ideologías. Según pensaban muchos, era cuestión de tiempo que llegara el día en que la raza humana tendría una segunda residencia: el espacio sideral. Y la cuestión era si sería comunista o capitalista.

El año 2000 parecía una buena fecha para dicho acontecimiento. Era una fecha demasiado lejana para que algunos la criticaran (sobre todo, a finales de los 60, cuando el proyecto *Apolo* estaba en su apogeo y con resultados excepcionales) y el comienzo del nuevo milenio tenía sus lógicos significados simbólicos. Por si fuera poco, la obra maestra de Stanley Kubrick, de 1968, *2001: La odisea del espacio*, estaba en la mente de todos.

Pero el lugar hacia el que realmente nos estamos "moviendo" -al final de este siglo- es un "lugar" mucho menos evidente: el ciberespacio (2). La caída del muro de Berlín el 9 de noviembre de 1991 no sólo unificó Alemania Oriental y Occidental, sino que también simbolizó el final de la guerra fría. El capitalismo derrotó al comunismo y la ideología de la URSS se debilitaba lentamente. Excepto unos pocos científicos e investigadores, nadie se

preocupó realmente de lo que podría ser la vida humana en el espacio exterior. ¡Eso ya no era un asunto político! Pero las predicciones sobre el futuro estilo de vida en el ciberespacio han crecido espectacularmente. Las ideologías de la llamada frontera electrónica no interesaban a los países con la misma intensidad que en el pasado, pero esta vez compañías privadas y algunas personas (los autodenominados *digerati*) difundieron sus ideas sobre nuestro futuro. No es de extrañar que el ciberespacio fuera pronto conocido por muchos como el "mercado electrónico"...

Es imposible reflejar todo lo que se ha dicho sobre los cambios que van a provocar unos pocos miles de ordenadores conectados entre sí por cables de alta velocidad. El director del Laboratorio de Medios del MIT, Nicholas Negroponte, predice que en el año 2000 habrá mil millones de "netcitizens" (internautas) (3). El portavoz del Congreso de Estados Unidos, Newt Gingrich, cree que si se publica en la red toda la información del Congreso, Estados Unidos se convertirá en la mejor democracia y los norteamericanos, en los mejores ciudadanos (4). Bill Gates sueña con una Internet basada en el mercado libre, mientras que para su amiga, Esther Dyson, el ciberespacio "quitará poder a los gobiernos, medios de comunicación de masas y grandes empresas" (5). La lista podría continuar y nos llevaría fácilmente a creer que un navegador web y una cuenta de correo electrónico resolverían la mayoría de los problemas de la humanidad. En este escenario, todo encajaría perfecta y armónicamente. Incluso la tradicional forma de gobierno representativa se mostraría innecesaria.

La perspectiva inglesa

En 1995, un ensayo crítico escrito por Richard Barbrook y Andrew Cameron (cofundadores del Hypermedia Research Centre en Londres), titulado provocativamente "The Californian Ideology" (*La Ideología Californiana*), señaló con precisión muchas contradicciones de esta falsa y extendida concepción. El texto realiza un profundo análisis de la inusual combinación del movimiento de la Nueva Izquierda de los años 60 y los ideales de la Nueva Derecha libertaria, algo sólo posible por el potencial de las nuevas tecnologías de la información. Barbrook y Cameron no sólo subrayan los aspectos no tan positivos del modo de vida de la Costa Oeste, como el racismo, la pobreza y la degradación ambiental, además de enumerar los factores responsables de la creación de la "clase virtual" en el Área de la Bahía, sino que también critican la tan publicitada nueva "democracia jeffersoniana", recordándonos que el tercer presidente de los Estados Unidos tuvo bajo su propiedad a 200 esclavos, mientras difundía los ideales del mercado libre.

No es difícil predecir la reacción. Publicado en varios sitios web y traducido a media docena de lenguas, "The Californian Ideology" mereció una respuesta hostil de muchos de los que visionaron un futuro ciberoptimista, incluido uno de los principales portavoces ciberlibertarios: el ex editor jefe de la revista Wired, Louis Rossetto.

"The Californian Ideology" fue un importante paso adelante en el análisis de lo que representa esta "revolución". "Sólo dando un nombre podemos ridiculizarles. Ahora la gente dice: *Oh, aquellos son ideólogos californianos*" (6), dijo Barbrook en un reciente seminario celebrado en el Hypermedia Research Centre (HRC). Sí, en este caso la Red supera realmente las distancias geográficas: los ideólogos californianos están por todas partes y los pocos ejemplos citados más arriba están ahora dispersos en Massachusetts (Negroponte), Georgia (Gingrich), estado de Washington (Gates) y Nueva York (Dyson). Cualquiera que esté al tanto de la actualidad de la Red estos días conoce este fiasco, algunos son todavía firmes creyentes, pero una masa crítica ya se burla de esto. Para muchos, la era Wired está llegando a su fin.

Otra reacción a "The Californian Ideology" procedió de un antiguo analista del *Wall Street* y actual presidente de la New York New Media Association, Mark Stahlman, con un artículo que hizo gala de un título aún más provocativo: "[The English Ideology and Wired Magazine](#)" (*La Ideología Inglesa y la revista Wired*). Aunque participa de un punto de vista más escéptico sobre el futuro, en parcial convergencia con Barbrook y Cameron, Stahlman invirtió un gran esfuerzo en relacionar la ideología californiana con todo tipo de filósofos y escritores ingleses: desde Thomas Hobbes (1588-1679) y Francis Bacon (1561-1626) hasta H.G. Wells, que nació en 1866 (el más reciente que he encontrado). Su artículo insiste en que la revista Wired, con sede en San Francisco, "representa otro intento [inglés] de invadir la cultura americana y socavar la iniciativa política y económica de Estados Unidos" (7). Vale, uno podía comprarlo hace medio siglo (cuando Wells todavía vivía), pero hoy el análisis de Stahlman sólo puede ser visto como una analogía distante y sin relación. Como dijo Marx, "la historia se repite, primero como tragedia, después como farsa" (8).

Aunque Stahlman tenga conseguido relacionar Negroponte, un grego nato, a cultura Inglesa (revelando que su sueño es tener un robot-criado Ingles movido a inteligencia artificial) él ignora los orígenes de Esther Dyson (que - como Mark Stahlman - también vive en Nova Iorque, foi analista financiero y, actualmente, es un de los "digerati") Su padre es Freeman Dyson un inglés nato y mundialmente reconocido físico. Al menos había de ser un ejemplo todavía vivo.

Cigar Aficionado

Pero el caso de Dyson es peculiar: ella pertenece a una clase de "ciberprofetas" que están volviendo lentamente a la Tierra. Siguiendo sus artículos semanales, uno puede detectar fácilmente un cambio de tono, admitido explícitamente por ella en su libro *Release 2.0* (1997) [N. del T.: Editado en castellano por Ediciones B]. "Mi primera visión del ciberespacio en *Release 1.0* [un boletín para ejecutivos sobre tecnologías de la información] era optimista y quizás un poco ingenua", dice Dyson, "esta nueva visión viene avalada por la experiencia y es un poco más sabia, pero no me hago ilusiones de que no vaya a ser necesaria una *Release 2.1*, [...] y, con el tiempo, una *Release 3.0*" (9). Por otra parte, muchos críticos han perdido completamente

el interés en demostrar si el grupo de Wired ha perdido el norte. Cualquiera que lea el llamamiento de David Hudson "¡Seamos serios!", en su libro sobre el ciber-optimismo, *Rewired*, sabe que el fiasco se ha desvanecido. Y no son sólo los escritores profesionales y los investigadores académicos quienes piensan así. Un aficionado que mantiene el sitio web *What's Newt*, que durante los últimos cuatro años ha criticado las ideas y propuestas de Newt Gingrich, lo ha dejado de actualizar desde el pasado agosto. Si consultas la página de entrada de ese sitio, el administrador y desarrollador de software Dan Schueler dice: "Perdonen los retrasos en la actualización de *What's Newt*. He perdido completamente el interés en Newt y en todo lo que pueda decir o hacer durante los últimos meses" (10).

"Más allá de la Ideología Californiana". Ese fue el tema de la séptima edición de *Cyber.Salon*, una reunión mensual de artesanos e intelectuales digitales londinenses que se celebra en un cibercafé de Bloomsbury y que está promovida por el HRC y la revista austríaca en línea *Telepolis*. Uno de los oradores invitados en la reunión del 20 de mayo de 1998, Peter Lunenfeld (del Art Center College of Design de Los Angeles, California), dijo claramente: "Cuanta más cerca estás de San Francisco, menos en serio te tomas las ideas de Wired". Y añadió: "Wired necesitaba nuevas celebridades para promover su visión de la incipiente era de la información, así que creó las suyas propias. Es como la revista *Cigar Aficionado*, que informa sobre exhibiciones de despampanantes *top models* fumando puros" (11).

Paralaje

Wired apareció por primera vez en enero de 1993, en un mercado que estaba inundado únicamente por publicaciones técnicas, como Byte y PC World, tal vez con la excepción de Mondo 2000. Para la mayoría de los tecnófilos que utilizaban el mercado establecido de las publicaciones informáticas, las apasionadas páginas de Wired y sus predicciones eran más atractivas que las revistas porno y su vistoso diseño fue motivo para que la revista recibiera nada menos que 18 premios entre 1993 y 1997, incluyendo los tres conferidos por la prestigiosa Sociedad Americana de Editores de Revistas (ASME).

Pero los anuncios de Mercedes-Benz y Tag Heuer se mezclaban con artículos de 8.000 palabras sobre cómo la "superautopista de la información" otorgaría poder y conocimiento a los países más pobres de Africa, y esto era algo que estaba más allá del entendimiento común. Mirándolo retrospectivamente, ¿son los artículos de hace cinco años "actuales", como, por ejemplo, las predicciones sobre lo que, simplemente, no ha sucedido o lo que habría de suceder? En la edición de julio de 1993 de la revista, Mitchell Kapor, cofundador de la Electronic Frontier Foundation (EFF), escribió un extenso artículo llamado "Where is the Digital Highway Really Heading?" (*¿A dónde se dirige realmente la autopista digital?*), en el que declara: "La vida en el ciberespacio [...] es más igualitaria que elitista y más descentralizada que jerárquica. Beneficia a los individuos y las comunidades, no a las audiencias masivas". Pero la cuestión, en este caso, es: ¿cómo vamos a vivir en este

ciberespacio/mundo de ensueño? Es fácil tener una línea telefónica y un ordenador si eres un ciudadano de clase media de un país del Primer Mundo, con las necesidades básicas cubiertas. ¿Pero cómo alimentará la "autopista digital" a los etíopes antes incluso de que puedan pensar en tener un teléfono? En realidad, con la ayuda de Barbrook, Cameron y David Hudson, así como de los promotores del reciente movimiento "tecnorrealista", es fácil averiguar la respuesta: simplemente, ¡no lo hará!

Poco más del 2 por ciento de la población mundial está conectada a la red. Para llegar a los mil millones de usuarios que vaticinó Nicolas Negroponte, quizás debemos pensar primero en la infraestructura (y hacer, también, un esfuerzo deliberado para olvidar los temas "que carecen de sentido", tales como la vivienda, la alfabetización y las hambrunas. Como ha expuesto David Kline en su columna "Market Forces" (*Las fuerzas del mercado*), en HotWired, "actualmente sólo hay entre 750 y 800 millones de líneas telefónicas en todo el mundo. Incluso en Asia, donde el uso del teléfono está creciendo más rápidamente, los expertos pronostican la instalación de tan sólo entre 15 y 20 millones de nuevas líneas al año durante los próximos seis años. Pero hagamos un gran acto de fe y pensemos que quizás el mundo tenga mil millones de teléfonos en el año 2000. ¿Supondría eso que habría mil millones de internautas? Sólo en Estados Unidos, con alrededor de 160 millones de teléfonos, únicamente hay entre 16 y 20 millones de personas conectadas a la red. Y la gran mayoría de estas, como sin duda sabe usted, proceden de familias opulentas (más aún, menos de la mitad de todos los propietarios de ordenadores *con* módems deciden conectarse)" (12). No es difícil entender por qué la columna de Kline desapareció poco después.

Cualquier persona que conozca un poco la Red sabe el poder que tienen los motores de búsqueda como AltaVista, Lycos o Excite, así como lo difícil que es conseguir la información buscada al primer intento. Normalmente, miles de URLs responden a nuestros criterios de búsqueda y el resultado es todo un síntoma del fin del milenio: *el exceso de información*. Sí, Internet hace posible, para ese 2 por ciento de la población, acceder a la información como nunca antes en la historia humana. Pero, ¿cómo vamos a utilizarla, digerirla e interpretarla? Sobre todo, ¿cómo vamos a sobrevivir a la ansiedad y a otras consecuencias psicológicas de esta nueva era? El lema "la información quiere ser libre" está en boca de todos, pero ¿cuánta libertad nos va a dar realmente la información? ¿O tal vez nos dejará más confundidos y perdidos? Como ha dicho David Shenk, nos dirigimos hacia una "niebla de datos". Cuando Newt Gingrich anunció "Thomas", un sitio web que publica todos los documentos del Congreso de Estados Unidos, Shenk acertó a desenmascarar el interés político oculto en la ley.

"Si todos los ciudadanos tuvieran acceso a la información que poseen los grupos de presión de Washington, habríamos modificado el equilibrio de poder que hay en Estados Unidos en favor de los ciudadanos y a costa del Beltway", dijo Gingrich en la Radio Pública Nacional la mañana del 26 de enero de 1995. Pero según Shenk, un veterano periodista que cubría la actualidad política de Washington en los primeros tiempos de un teletipo

proporcionado por el Servicio Federal de Noticias (que inundó su habitación de transcripciones de interés político a una velocidad de dos páginas por minuto), las consecuencias de esa simple proeza eran claras. "Gingrich es lo bastante inteligente como para comprender que abrir las compuertas de la información no convierte automáticamente a los norteamericanos en mejores ciudadanos; por el contrario, mientras algunos especialistas políticos se han beneficiado de esa exhaustiva apertura, el ciudadano medio se ha visto más perdido que antes en ese océano de información. Se dice que trae conocimiento y poder, no difusión" (13).

Una breve retrospectiva

Para clarificar el análisis, puede ser pertinente identificar unos pocos periodos clave en la reciente historia de la tecnología de la información y en el proceso de capacitación individual favorecido por los ordenadores personales. He aquí la siguiente propuesta:

Cultura tecnófila pura (1976-1984)

En esta primera etapa, la informática personal era un *hobby* para la mayoría. Los entusiastas se reunían con sus propias máquinas, programaban sus propios códigos e intercambiaban sus experiencias con sus colegas en clubs informáticos. Fue también en este periodo cuando se crearon las primeras compañías de la industria de los PCs, tales como Altair, Apple y Microsoft; aunque sus productos estaban orientados hacia los tecnófilos y expertos.

Máquinas y aplicaciones para la vida real (1984-1990)

Con la creación del Mac de Apple en 1984, los no expertos encontraron una forma de beneficiarse de la tecnología de la información. Las interfaces gráficas de usuario (GUI) y aplicaciones como los procesadores de textos y las hojas de cálculo fueron el inicio de un desplazamiento desde una cultura exclusivamente tecnófila hacia un uso de la informática personal orientado a los resultados prácticos. Incluso la plataforma IBM-PC, basada en texto y más difícil de utilizar, consiguió sus adeptos en las oficinas.

Windows nos abraza a los demás (1990-1993)

En 1990 aparece la primera versión de trabajo de Microsoft Windows, emulando el éxito de la GUI de Mac seis años antes. Aunque Apple creó el lema "el ordenador para todos nosotros" en 1984, fue Microsoft quien se benefició principalmente. Debido a una serie de errores estratégicos (tecnología excluyente, acuerdos sin licencias, precios más elevados que la competencia y una estricta política de empaquetado del hardware y del sistema operativo), Apple perdió su gran cuota de mercado de PCs de los primeros días de los Apple II. Fue Microsoft, con su estrategia de "incluir y extender", quien realmente se hizo cargo de "todos nosotros", en un momento en que los precios del hardware descendían a niveles aceptables

para la mayor parte de las familias de clase media en los países desarrollados. Esa fue la base de su actual 94,1 por ciento de cuota del mercado de los sistemas operativos gráficos y de su 85 por ciento en el mercado de las aplicaciones de oficina (14).

Sin embargo, aquellos fueron los años dorados en los que la industria de la informática personal consiguió una masa crítica de usuarios. En alianza con la convergencia de las telecomunicaciones y los medios de comunicación, esta época sentó las bases de los ideales tecno-utópicos.

Ciber-utopía y ciber-liberalismo: la era Wired (1993-1998)

De repente, al entregar la red troncal pública de Internet al sector privado - siendo aquella el resultado de más de 30 años de inversiones realizadas con los fondos creados a partir de los impuestos de los contribuyentes norteamericanos-, el gobierno de Estados Unidos convirtió una red académica y militar en el "mercado de la información": una nueva frontera comercial para cualquier empresario republicano post-industrialista. Durante un lustro hemos estado escuchando las campañas libertarias de Wired contra el control estatal del ciberespacio, con protagonistas como Gider, Toffler y otros. Pero, como se suele decir, "puedes volver loco a algunos todo el tiempo y a todos algún tiempo, pero no puedes volver locos a todos todo el tiempo".

Tecnorrealismo (1998-)

Algunas personas se percataron pronto. A comienzos de este año, un pequeño grupo de intelectuales dirigido por Andrew Shapiro, David Shenk y Steven Johnson iniciaron un movimiento llamado "tecnorrealismo". Tras leer su manifiesto de ocho puntos, suscrito por miles de personas en su sitio web (15), a uno le resulta difícil contestar sus obvias y claras conclusiones. Muchos lo ven como el antídoto natural a la era del ciber-liberalismo. Como dice Andrew Shapiro, "queremos criticar la tecnología con la idea de mejorarla. No soy anti-tecnología de ninguna forma, pero estoy opuesto a la visión de Silicon Valley y de la revista Wired" (16).

El choque con la realidad

- *Las tecnologías no son neutrales*
- *Internet es revolucionaria, pero no utópica*
- *El gobierno tiene un importante papel que jugar en la frontera electrónica*
- *La información no es conocimiento*
- *Conectar las escuelas no es la salvación*
- *La información quiere ser protegida*
- *Las ondas son propiedad social: la sociedad debe beneficiarse de su uso*
- *La comprensión de la tecnología debe ser un elemento esencial de la ciudadanía global*

Estos principios del tecnorrealismo no se crearon de la noche a la mañana y

una visita a www.technorealism.org permitirá obtener una explicación más detallada de cada uno de ellos. Una de las razones de la amplia aceptación de "La Ideología Californiana" de Barbrook y Cameron fue que muchos otros ya estaban pensando en ello, con una u otra perspectiva. Después, cuando se presentó un análisis profundo, la identificación del público fue inmediata. Lo mismo ha sucedido con el movimiento tecnorrealista antes de que el término fuera acuñado.

Incluso antes de que existiera Wired, la revista Time publicó en su sección de "Cartas al editor" una queja de un airado padre que decidió comprar un módem para que su hijo, de 12 años, pudiera conectarse a Internet. Su decisión fue motivada por un muy favorable artículo, publicado en una anterior edición de la revista, en el que se subrayaban todo el potencial educativo de la Web y todos los recursos disponibles en ella. La razón del malestar del lector fue que sólo unos pocos días después de conectarse, el chico encontró una forma de intercambiar imágenes pornográficas y pasaba la mayor parte del tiempo en ello. "¿Cómo puede usted inducirnos a dar a nuestros hijos acceso a la Web si existe ahí todo este material inmoral?", fue la pregunta que dirigió al periodista responsable del artículo. La respuesta se produjo inmediatamente: "Internet no es diferente, de ninguna forma, al mundo real. Todas las cosas buenas y malas que sus hijos pueden encontrarse en las calles, las encontrarán también en el ciberespacio. Tendrá que enseñarles cómo conducirse de la misma forma que lo hace en la vida real". Seis años después, este podría ser el clásico ejemplo del principio número 2 del tecnorrealismo. "Por cada aspecto educativo e ilustrador de la vida conectada, habrá también dimensiones que sean maliciosas, perversas u ordinarias", esa es, en parte, la forma en que explican por qué Internet no es utópica.

Formular estos pocos pilares del sentido común fue posible por la suma de experiencias realizadas estos primeros años de acceso más amplio a Internet y por el mantenimiento de una posición crítica equilibrada entre los tecno-utópicos y los neoluditas.

Es completamente innecesario ejemplificar todos los principios del tecnorrealismo, pues la mayoría de ellos hablan por si mismos. Pero uno, en particular, el principio 3, revela una de las aberraciones más grandes de la búsqueda liberal: un mercado libre sin intervención gubernamental. No hay una sola compañía de la industria informática que no esté preocupada por las tácticas monopolísticas de Microsoft. Desde las pequeñas hasta las grandes empresas, Microsoft representa una amenaza para la diversidad y la innovación en el mercado. Hoy en día, el sueño de cualquier nueva empresa es ser comprada por Microsoft, ya que sabe que, en el actual escenario, si Microsoft decide entrar en su negocio, quedará fuera de juego. La ironía de todo esto es que todos están esperando tener una oportunidad en la economía de libre mercado (como dice la propaganda de los liberales), con una competencia leal, pero para ello, Microsoft tiene que ser dividida o, por lo menos, regulada. ¿Quién va a hacerlo? ¿El mercado por si solo? Con las fuerzas del mercado libre, Microsoft ya derrotó a la mayor parte de las

compañías líderes en tecnologías de la información, como ha sido el caso de Borland (herramientas de desarrollo), Corel (paquetes de aplicaciones), Novell (redes locales) y Apple (sistemas operativos), bien barriéndolas del mercado o mandándolas a un segundo y distante lugar. Ahora, la esperanza de todos está, exclusivamente, en una demanda judicial promovida por el Departamento de Justicia del gobierno norteamericano. Sí, el mismísimo gobierno al que Wired y los ciber-libertarios piden que no intervenga.

¿Un futuro oscuro?

En *Rewired*, David Hudson dedica casi cien páginas a una sección titulada "Un futuro oscuro", acaparando no menos de diez de los 35 capítulos del libro. Podríamos sacar la conclusión fácil de que, si toda la concepción optimista y falsa de cómo la Red iba a dar a la humanidad un futuro espectacular está desapareciendo, el único camino que queda es un futuro oscuro.

¡No necesariamente! Internet traerá, efectivamente, muchas grandes cosas a la humanidad y muchos nuevos problemas también. Aunque acrecentará nuestro acceso a la información, no nos dará automáticamente una mejor educación; puede darnos más libertad de expresión, pero no convertirá a cada uno de nosotros en un editor ni pondrá en peligro a los grandes medios de comunicación; y también reducirá la distancia entre los ciudadanos y el gobierno, pero no sustituirá el parlamento representativo ni un organismo de gobierno electo.

Internet, ciertamente, creará muchos problemas que ahora sólo están empezando a aparecer y que van desde los temas de privacidad a la ansiedad de la información y los ciberdelitos. ¿Debemos, entonces, dar marcha atrás y mandar a paseo Internet? Algunas personas lo están proponiendo, como es el caso de Paul Treanor, en un extenso documento publicado en la Web titulado "Internet como hiper-liberalismo" (17), pero eso no es más que otro extremismo y va, ciegamente, hacia el otro lado del espectro. Como cualquier revolución, Internet producirá muchas expectativas y temores y sólo el tiempo hará que las cosas ocupen su sitio. Cuando, en 1906, Alberto Santos Dumont voló con su *14 Bis*, el primer aeroplano del mundo que despegó y tomó tierra por sus propios medios, se crearon también grandes expectativas y muchos de los problemas no pudieron preverse en el momento. Dumont mismo no aceptó el hecho de que el aeroplano, un invento que pretendía reconciliar a las personas, terminara pronto siendo utilizado durante la Primera Guerra Mundial para matar seres humanos.

Un ejemplo más reciente nos lo proporciona David Sarnoff, fundador de NBC y presidente de RCA, el hombre que descubrió la primera televisión en color en 1939. Como muchos en esa época, Sarnoff concibió el nuevo invento como una fuerza en favor de la verdad, de una cultura refinada y de la moralización nacional. En 1940 declaró confidencialmente que la televisión estaba "destinada a proporcionar un mayor conocimiento a un mayor número de personas, una percepción más veraz del significado de los

acontecimientos, una evaluación más exacta de los hombres en la vida pública y una comprensión más amplia de las necesidades y aspiraciones de nuestros semejantes" (18).

No es difícil ver las similitudes entre la percepción del rol de la televisión en nuestra sociedad de Sarnoff y lo que se ha dicho sobre la Red. Aunque existan programas enriquecedores y culturales, la mayor parte del tiempo de emisión está dedicado al consumismo, la apatía política, el aislamiento social y el imperialismo cultural. Lejos de ser un moderno Agora, los medios de comunicación electrónicos se han convertido en uno de los mejores ejemplos del capitalismo salvaje. Pero eso no invalida su importancia y, cuando se produce y difunde adecuadamente, los programas de televisión pueden alcanzar parcialmente algunos de los ideales de Sarnoff.

Richard Barbrook lo definía así: "La Red no es nada más que una masa inerte de metal, plástico y arena. Somos los únicos seres vivos en el ciberespacio". Sí, como casi cualquier logro tecnológico de la historia, Internet cambiará la sociedad humana de forma irreversible, pero finalmente no es más que una herramienta. ¿Serán los cambios buenos o malos? La respuesta es... ambos.

Epílogo

En mayo de 1998, después de fracasar dos veces en sus intentos de ofrecer sus existencias en el mercado público, Wired Ventures vendió su revista a Conde Nast Publications por más de 75 millones de dólares. El acuerdo no sólo simbolizó el fracaso financiero de Wired (el dinero fue utilizado para pagar las deudas a corto plazo de Wired Ventures y para financiar su contraparte en línea, HotWired, Wired News y el motor de búsqueda HotBot), sino también cómo sería vista la revista en el futuro. El comprador, además de ser un inversor en la publicación desde enero de 1994, es también el editor de publicaciones como *Vogue*, *GQ*, *The New Yorker* y *Vanity Fair*. En otras palabras, ahora está claro por qué los anuncios de Armani Jeans y BMW encajaban tan bien en las páginas de la revista. Wired puede tener una larga vida, pero no será nada más que una revista de ciber-moda para ese 2 por ciento de usuarios adinerados de Internet.

El resto de nosotros seguiremos vistiendo vaqueros sin marca, tomando el metro para ir a trabajar y enfrentándonos con los juguetes y los problemas de la vida cotidiana. Tanto dentro como fuera del ciberespacio.

Notas

(1) El término apareció primero en enero de 1992 en un artículo del periodista del *Times* John Markoff. Era el resultado de la combinación de las palabras "digital" y "literati" (en italiano, procedente del latín, *litterati*). Hoy, ha dicho Markoff, *digerati* significa "élite digital", es decir, los ingenieros influyentes, intelectuales de la *tercera ola* y los agentes del poder del mundo digital.

(2) El espacio de la información. El lugar en el que se encuentran servidores informáticos, geográficamente dispersos y enlazados por longitudes de onda. El término fue acuñado por William Gibson en su novela *Neuromancer* (1984) como "alucinación consensuada experimentada a diario por miles de millones de operadores legítimos en todas las naciones, por niños que aprenden conceptos matemáticos... Una representación gráfica de datos abstraídos de los bancos de cada ordenador en el sistema humano. Complejidad impensable. Líneas de luz que oscilan en el no-espacio de la mente, grupos y constelaciones de datos. Como las luces de la ciudad, que retroceden...".

(3) Negroponte, Nicholas. **Who Will the Next Billion Users Be?** *Wired* 4.06, junio 1996.

(4) Discurso de Newt Gingrich ante el Comité Nacional Republicano, el 20 de enero de 1995. <http://dolphin.gulf.net/Gingrich/1.20.95.I>.

(5) Dyson, Esther. **Release 2.0. A design for living in the Digital Age**. Viking, Londres, 1997. Página 6.

(6) Notas del autor.

(7) Stahlman, Mark. **The English Ideology and Wired Magazine - Part One**. *Rewired*, <http://www.rewired.com/96/fall/1118.html>.

(8) Marx, Karl. **The Eighteenth Brumaire of Louis Bonaparte** (1852; reimpresso en *Karl Marx: Selected Works*, vol. 2, 1942). Las palabras exactas eran: "Hegel subraya en alguna parte que todos los grandes hechos y personajes de la historia mundial ocurrieron, normalmente, dos veces. Olvidó añadir: la primera vez como tragedia, la segunda como farsa".

(9) **Ibid.**, página 5.

(10) <http://www.wolfenet.com/~danfs/newt.html>

(11) Notas del autor.

(12) <http://www.hotwired.com/market/96/23/index1a.html>

(13) Shenk, David. **Data Smog: surviving the information glut**. Harper Collins, New York, 1997. Páginas 173-174.

(14) Para un análisis en profundidad de las estrategias monopolísticas de Microsoft, remitimos a Millarch, Francisco. **Monopolies x Open Standards: An Abridged History of the Personal Computer Industry and its influence on the Cyberspace**. 1998. <http://ma.hrc.wmin.ac.uk/ma.student.francisco.2.db>.

(15) Para más información, visitar <http://www.technorealism.org>.

(16) Christie, Ian. **Digital Dream Team Calls for Technorealism**. *Wired News*. 12 marzo 1998. <http://www.wired.com/news/culture/story/10872.html>.

(17) <http://www.inter.nl.net/Paul.Treanor/net.hyperliberal.html>.

(18) Sarnoff, David, Prólogo a Lenox R. Lohr, **Television Broadcasting**. Nueva York.

MacGraw-Hill, 1940. En Shenk, David. **Data Smog: surviving the information glut.**