

## **Mundo Hi-Tech: ciudadanos del espacio virtual**

**LA NACION**

Tendencias

**Nomadismo e identidades múltiples son marcas indelebles del impacto que tuvo en las conductas humanas la revolución digital. El autor de El futuro ya llegó. Tiempos de libertad y angustia en la sociedad híbrida analiza en este fragmento la lógica de las tecnologías portátiles que expresa la raíz más profunda del nuevo tipo de sociabilidad modelo siglo XXI**

Domingo 19 de agosto de 2007 | **Publicado en edición impresa**

En este tiempo en que las fronteras se diluyen, el arraigo con la geografía ya no explica tanto como antes. Si a este fenómeno le sumamos el de la individualización, podemos concluir que la geografía afecta la identidad mucho menos que antes.

El filósofo español José Antonio Marina cita un informe de la ONU en el que se afirma que "existen unas 10.000 colectividades étnicas, lingüísticas, raciales o religiosas cuyo asentamiento no coincide con la frontera política", lo que en la perspectiva de Marina "es y será una fuente continua de problemas". Por otro lado, las personas que sí pertenecen a un Estado al que se sienten arraigados culturalmente tampoco aceptan heredar una identidad; prefieren elegirla.

Por su parte, Alain Touraine define este fenómeno como "el fin de lo social" y señala que la defensa de los antiguos ideales sociales y comunitarios ha quedado ahora como una mera tarea de los individuos. Ya poco o nada tienen para decir las instituciones, y lo que dijeran tampoco sería atendido.

La pregunta que emerge frente a esta situación es si la muerte de la sociabilidad trae un gran vacío - lo que sería prácticamente desgarrador- o, por el contrario, una nueva forma de sociabilidad ajustada a las condiciones de este nuevo tiempo.

Hay adeptos a ambas perspectivas. Muchos adultos criados bajo los parámetros de la antigua forma social adhieren a la teoría del vacío existencial [...]. Los que creen, en cambio, en una nueva forma señalan el surgimiento de una sociabilidad propia de los tiempos de libertad, elegida y no impuesta, acorde con la recreación del tiempo y el espacio que introdujeron la revolución de las comunicaciones y el transporte. Quizá no conozca a mis vecinos, pero sí a alguien que comparte mis valores e inquietudes en Tokio, San Pablo o Barcelona.

Los impulsores de esta hipótesis son mayoritariamente los jóvenes, quienes tienen como valor central la conectividad y no el aislamiento. Y por eso son los usuarios más intensos de teléfonos celulares, mensajes de texto, chats y juegos en red. La lógica de conectividad horizontal se adueñó de los procesos mentales de quienes se criaron subidos a Internet. Y la tecnología, que siempre está varios pasos adelante, continúa innovando para facilitar aún más el creciente proceso de nomadismo. El desarrollo de la tecnología Wi-Fi, que permite la comunicación inalámbrica a través de banda ancha, nos conducirá muy pronto a un mundo sin cables. Y el proyecto de la laptop de 100 dólares es una iniciativa que abre las expectativas sobre una rápida masificación de las computadoras portátiles. La futura desaparición de los cables es mucho más que un nuevo avance tecnológico, es todo un símbolo: ya nada estará atado a nada. No se necesitará afincarse en ningún lugar para poder estar donde todos están, es decir, en el espacio virtual.

El Wi-Fi profundizará la revolución en las conductas que ya introdujo el teléfono celular. Al atender hoy una llamada telefónica, la primera pregunta que se recibe en muchos casos es: "¿Dónde estás?" y no: "¿Cómo estás?".

La lógica de las tecnologías portátiles expresa la raíz más profunda del nuevo tipo de sociabilidad que emerge en el siglo XXI.

### **La creatividad, valor de época**

Como hace quinientos años, hoy nos toca ser partícipes de una era de cosas olvidadas que renacen. La impronta industrial y científica, en la que se forjaron los valores de la modernidad, desgastó

nuestro humanismo. La mano del hombre poco podía aportar en un mundo dominado por la tecnología. El ser humano se encaminaba irremediabilmente a ser testigo del vuelo propio que, más temprano que tarde, tomarían sus creaciones. Hoy se ha vuelto a tomar el control. El espíritu del Renacimiento está nuevamente entre nosotros. Y esta vez no sólo llegó a la cultura, sino también a los negocios.

A la hora de buscar un ejemplo que comience a darle sustento a mi tesis sobre la recuperación de una impronta renacentista que está derramándose sobre el mundo empresario, no encuentro uno mejor que la historia de Steve Jobs.

Steve Jobs conoció a Steve Wozniak en la Universidad de Berkeley en 1976. Juntos trabajaron en la idea de desarrollar una computadora personal, cosa que hicieron con buen éxito en su primera versión: la Apple I vio la luz en 1978 y tuvo tanta aceptación que ambos se dedicaron durante seis años a perfeccionar el invento.

Nació así Apple Computers que, en poco menos de una década, se transformó de una empresa de garaje en un imperio con cuatro mil empleados y un valor de dos billones de dólares. En 1984, lanzaron finalmente al mercado la computadora que revolucionaría la historia de la informática: la Macintosh. [...]

Pero el mundo de los negocios le demostró al joven Steve Jobs -que por ese entonces tenía apenas 30 años- que no alcanzaba con ser creativo para ser exitoso. [...] El modelo era demasiado cerrado. Sólo quienes tenían una Mac podían gozar de los beneficios de su nuevo soft. Y esto le quitó masividad al negocio. El que sí pudo masificar un desarrollo similar fue Bill Gates. El Windows, basándose en los revolucionarios conceptos de "ventanas" que había presentado Apple, se transformó en el software con el que hoy opera la gran mayoría de las PC.

Como consecuencia de su "fracaso", Steve Jobs fue despedido en 1986 de la compañía que él mismo había creado. Ese mismo año recibió la Medalla Nacional de Tecnología. En 1987, recibió el Premio Jefferson al servicio público. En 1989, fue nombrado empresario de la década. Pero nada de esto pareció demasiado relevante para el board de directores de Apple, quienes consideraron que Jobs quizá sí fuera bastante ingenioso y creativo, pero no estaba a la altura de lo que era conducir una compañía de esa magnitud. [...]

¿Qué hizo Jobs? ¿Salir corriendo a hacer un curso de finanzas corporativas? No. Volvió a empezar. ¿Por dónde? Por el mismo lugar. Reclutó un grupo de ingenieros y desarrolló dos nuevas empresas: Next y Pixar. Allí volcó toda su creatividad. La misma que parecía ya inútil y vacía a los ojos del Board de Apple. Pixar Entertainment es hoy la principal compañía de animación computarizada del mundo. Cuando en 2005, Jobs tenía el 50,6 por ciento de Pixar, la compañía fue adquirida por Disney, que pagó 7400 millones de dólares. Como parte del acuerdo, Steve Jobs recibió un asiento en el directorio. La operación nació plena de expectativas y se espera que Jobs vuelque toda su creatividad a la empresa fundada por el legendario Walt Disney.

¿Y Next? Ah sí, Next fue comprada por Apple en 1997. Y Steve Jobs fue nuevamente restituido como número uno de la compañía. Lo volvieron a buscar para que la sacara de la anomia creativa que la estaba llevando al naufragio y a la bancarrota. Cuando volvió a asumir su puesto, entró en las oficinas de Apple vistiendo shorts y una barba de varios días. Se sentó frente a los principales ejecutivos y les preguntó: "¿Qué es lo que anda mal aquí?". Ellos ensayaron varias respuestas, trajeron sus planillas y discutieron acerca de los motivos del fracaso. Hasta que en un momento Jobs los interrumpió saltando de su silla y terminando con todo tipo de debate. "¡Son los productos! ¡Los productos apestan! ¡No hay más sexo en ellos!". Comenzaba el renacimiento de Apple. La mística volvía a empezar.

En 1989 se presentó la nueva iMac, que fue recibida con beneplácito por un público ávido de volver a ver algo diferente. Por primera vez las PC dejaron de ser esas "cajas" tan prácticas como feas. Jobs se atrevió a cambiar el marrón claro, el gris y el negro por un nuevo mundo pleno de color, transparencias y sensualidad. Le dio un perfil femenino a un producto que había sido históricamente masculino. La sofisticación había regresado. Nuevamente, el genio de Jobs le ponía una modernidad *cool* allí donde sólo había una fría funcionalidad.

Pero su golpe más fuerte lo dio en 2001 introduciendo en el mercado "el" desarrollo tecnológico de la primera década del siglo XXI: el reproductor de música digital de Apple. En los primeros cinco años de vida se vendieron cien millones de unidades del gadget que se ya se transformó en el ícono de innovación de una época: el iPod (Internet Portable Open Database). [...]

Así cerró Steve Jobs su mensaje a los universitarios que saldrían de los claustros a lidiar con el mundo real de los negocios: "Su tiempo es limitado, así que no lo malgasten en vivir la vida de otro. No queden atrapados por el dogma, que es vivir pendiente de los resultados del pensamiento de otras personas. No dejen que el ruido de las opiniones de otras personas calle su propia voz interior. Y, lo más importante, tengan el coraje de seguir su corazón y su intuición. Ellos son los que saben de algún modo qué es lo que ustedes verdaderamente quieren ser. Todo lo demás es secundario. Manténganse hambrientos. Manténganse inocentes".

Steve Jobs es un "renacentista". Quinientos años después, tiene el mismo espíritu que guió a hombres como Dante, Miguel Ángel, Donatello o Leonardo.

**Por Guillermo Oliveto**