

Scott Lash: El vínculo comunicacional de la sociedad

Es un conocido especialista de la lógica de los "media". Según Lash, ya no se trata de la información: hoy, la clave es la comunicación.

"La primera generación de la sociedad de la información nos dió grandes empresas de información: la generación de Intel, Microsoft e IBM. La segunda generación ha producido las grandes compañías de comunicaciones, el crecimiento de las firmas del sector de la red como Cisco, Oracle, AOL, Netscape y Yahoo. Estas empresas proporcionan una infraestructura: una infraestructura de comunicaciones para Internet."

A su vez, considera que las formas tecnológicas de vida no sugieren positivismo, que es el pensamiento clasificatorio del tipo sujeto-objeto, sino empirismo, en el cual el observador no es fundamentalmente diferente del observado. Esta característica lleva el nombre de *aplanamiento*, en el cual el significado profundo desaparece y el conocimiento se encuentra atado a las actividades, expresiones y acontecimientos.

La siguiente caracterización es la *no linealidad* con la cual Lash sugiere que si no hay significado, no hay información. A su vez, remarca que vivimos en una sociedad de riesgo en la que el valor está en el futuro no tanto en el presente. Somos la "generación que aún no es". El autor nombra también la discontinuidad con la que vivimos, debido a la gran expansión. Esto sugiere que el vínculo espacial y el lazo social se rompen por ser tan largos, y son unidos por enlaces sociotécnicos, llamados puertos. Vivimos en una sociedad de red, de flujos, de comunicaciones globales; vivimos en

el multiculturalismo.

La tercera caracterización se denomina *en el aire*: en cualquier lugar, o en ninguno. Nos referimos a la ausencia de identidad, del no contexto, de la indiferencia; son espacios genéricos.

¿Cuál es la conexión entre dos elementos decisivos de la vida social contemporánea, lo global y lo informacional? La comunicación, ya que permite que la información tenga "alcance global"; es el vínculo conector entre lo informacional y lo global. La unidad de análisis debe ser la comunicación y no la información.