



HACIA UNA COMUNICACIÓN INTEGRAL

Aplicaciones de la obra de Ken Wilber al ecosistema mediático actual

Towards Integral Communication
Applications of Ken Wilber's Work to Today's Media Ecosystem

MARIO RAJAS¹, LUIS RAJAS²

¹ Universidad Rey Juan Carlos, España

² Integral Research, España

KEYWORDS

*Communication
Media Analysis
Ken Wilber
AQAL Model
Integral life*

ABSTRACT

We begin a general approach to the work of Ken Wilber with regard to the possible formulation of an integral theory of communication that addresses, without leaving any space uncovered, the great questions raised by the existential transformations that we, the inhabitants of the digital universe, are undergoing. The possibilities of Wilber's AQAL model for analysing today's media are fascinating in aspects such as fake news or artificial intelligence.

PALABRAS CLAVE

*Comunicación
Análisis de los medios de comunicación
Ken Wilber
Modelo AQAL
Vida integral*

RESUMEN

Iniciamos una aproximación general a la obra de Ken Wilber en relación con la posible formulación de una teoría integral de la comunicación que aborde, sin dejar ningún espacio sin cubrir, los grandes interrogantes que plantean las transformaciones existenciales que estamos viviendo los habitantes del universo digital. Las posibilidades del modelo AQAL de Wilber para analizar los medios de comunicación actuales son fascinantes en aspectos como las fake news o la inteligencia artificial.

Recibido: 02/ 09 / 2023
Aceptado: 06/ 10 / 2023

1. Introducción: el reto de reformular las teorías de la comunicación

La era digital ha supuesto la revolución más profunda, radical y disruptiva de la historia de los medios de comunicación. Los saltos tecnológicos, sociales o culturales se suceden de forma tan impactante y vertiginosa que muchas de las grandes transformaciones que estamos experimentando como seres humanos no son percibidas ni por los propios sujetos que las padecen.

Podemos observar y reflexionar sobre ciertos cambios, ciertas mutaciones evidentes en hábitos o costumbres en lo referente a la comunicación humana del primer cuarto del siglo XXI, pero no somos plenamente conscientes de la auténtica metamorfosis que los miembros de las denominadas sociedades de la información o sociedades del conocimiento estamos viviendo a diario.

No se trata meramente de que la expansión mundial del ecosistema de internet y las redes sociales, el uso masivo de teléfonos móviles o las innovaciones todavía incipientes en Inteligencia Artificial, entre otras substanciales rupturas con los medios analógicos convencionales, estén modificando ininterrumpidamente la manera de producir y consumir contenidos –canales, formatos, etc.–, de entender los modelos de negocio y los mercados tradicionales de las industrias de la prensa, la radio o la televisión, sino que, en el transcurso acelerado de esta naciente era tecnológica sustentada materialmente en el código binario de ceros y unos, se está creando –social, psicológica, e incluso, físicamente– un nuevo ser humano.

¿Qué está sucediendo con los grandes relatos, con los paradigmas mediáticos, con las creencias, con fundamentos básicos de la comunicación humana como la “verdad”? ¿Cómo está mutando la interacción entre individuos o cómo se está reconfigurando la estructura e identidad de los colectivos? ¿Cómo está afectando esta revolución digital a nuestro ocio, a nuestra opinión, a nuestro voto? ¿Y a nuestro cuerpo, a nuestro cerebro?

Si se pretende intentar responder a estas y otras muchas cuestiones de similar relevancia, el ámbito de las teorías de la comunicación, históricamente adscrito a las ciencias sociales, debe abrirse a las valiosas aportaciones que se están produciendo en disciplinas, campos o áreas del conocimiento tan dispares como la neurociencia cognitiva, la biología evolutiva, la medicina o la filosofía, entre otras.

Más enriquecedor que el estudio de los distintos fenómenos desde una perspectiva u otra, lo verdaderamente determinante para investigar en ciencias de la comunicación es desarrollar enfoques integrales que articulen todas y cada una de esas heterogéneas formas de enfrentarse a esos interrogantes y conecten, en un planteamiento abierto, transversal, sistémico, los avances y descubrimientos que se están produciendo en el conjunto de las ramas del saber.

En ese sentido, una de las propuestas más sólidas y sugerentes que pueden aplicarse al estudio de la revolución comunicativa actual es el pensamiento holístico de Ken Wilber (Oklahoma City, 1949).

Basándonos en la teoría integral (2007a, 2020 y 2023) que el autor ha ido conformando a lo largo de las distintas etapas en las que puede dividirse su obra, puede emprenderse un análisis diferente, innovador, y sobre todo, aglutinador, global, total, de las diversas problemáticas que afectan a los medios de comunicación en el presente: hiperestimulación sensorial; sobreabundancia de contenidos e infoxicación; ausencia de grandes relatos culturales compartidos; irrelevancia de la verdad –en sus múltiples derivadas: desinformación, posverdad, noticias falsas (*fake news*)–; fraccionamiento y segmentación de canales, mensajes y públicos; constricciones de los filtros burbuja; falta de credibilidad; polarización y conflictividad; sensacionalismo y espectacularidad; crisis de legitimidad, intermediación e influencia; o aparición de tecnologías disruptivas constantes (IA, algoritmos, etc.).

A su vez, tanto a partir del sistema conceptual del propio Wilber como del trabajo de seguidores suyos que han abordado específicamente el campo de la comunicación (Leonard, 2004 y 2011; Lough, 2009; Schultz & DeVos, 2022) pueden extraerse interesantes conclusiones en ámbitos tangenciales como la política, la educación o la espiritualidad, siguiendo ese sentido integrador que domina todo el modelo de pensamiento de esta fructífera corriente de pensadores integrales.

En este texto iniciamos una aproximación general a Wilber en lo que respecta a la posible formulación de una teoría de la comunicación integral que afronte, sin dejar ningún espacio sin explorar, las grandes preguntas que nos suscitan a todos las transformaciones existenciales que estamos viviendo los desorientados habitantes del universo digital.

2. Ken Wilber: modelo integral

Sintetizar la obra de Wilber en unas cuantas páginas resulta una tarea ímproba: el prolífico autor norteamericano no solo destaca por su abundante producción ensayística, sino por haber atravesado – en consonancia con la prevalencia que otorga el propio Wilber a las dinámicas de cambio en cualquier ámbito de la persona– diversas etapas sucesivas –denominadas WB1, WB2, etc., hasta la WB5 actual–, en las que va reformulando constantemente los fundamentos de su teoría integral del conocimiento. Frank Visser, en el libro *Ken Wilber o la pasión del pensamiento* (2003), realiza una síntesis muy pertinente de esta evolución ininterrumpida y, por lo tanto coherente, del autor.

Por ello, nos centraremos solo en aquellos aspectos especialmente pertinentes para el esbozo de un modelo de comunicación integral. Es decir, subrayaremos aquellos componentes y procesos que aportan elementos de interés, diferenciales, originales, a la investigación sobre el mundo de los medios de comunicación de masas en la actualidad.

Con base en la denominada psicología transpersonal (Walsh & Vaughan, 2006), entre otras fuentes académicas, Wilber ofrece una visión evolutiva de cada uno de los ejes que conforman la existencia humana desde el punto de vista físico, social, cultural, y, sobre todo, psicológico. Su objetivo principal es elaborar una teoría integral que conecte las aportaciones provenientes de todos los campos del conocimiento humano, con especial atención a los fenómenos espirituales, es decir, a las características y procesos mentales internos de la conciencia y de las capacidades cognitivo-emocionales (2006, 2007b, 2011, 2016, 2018, 2019, 2021a y 2022).

Precisamente, este ámbito espiritual ha sido escasamente explorado desde las ciencias de la comunicación, siempre más proclives a circunscribirse, a limitarse casi exclusivamente a lo externo, a lo meramente material como puedan ser los desarrollos tecnológicos, los procesos técnicos de producción o las estructuras económico-sociales.

Si algo resulta fascinante en Wilber es su capacidad omnimoda de conectar e integrar conocimientos de todo tipo para elaborar una visión sistémica que no elude ningún tema controvertido, al contrario de la ciencia convencional posterior a la Ilustración que –además de volcarse excesivamente hacia lo empírico, lo físico, hasta aniquilar cualquier otro acercamiento interior o espiritual–, divide, fragmenta y compartimenta hasta la atomización cualquier parcela del saber.

Los principales desarrollos teóricos de Wilber que permiten reflexionar sobre la realidad comunicativa actual son: la evolución holárquica, el modelo AQAL y el problema del lenguaje.

2.1. Holoarquía: jerarquía de desarrollo

Wilber entiende cualquier fenómeno de la realidad como una evolución de lo simple a lo complejo. La unidad básica de esa realidad es el holón, que se puede definir como un elemento que es a la vez un todo y una parte de algo. Por ejemplo, una célula o un planeta. Un holón es una totalidad en un contexto (la letra “A”) y una parte de otra totalidad en otro contexto (la palabra “Amor”; el enunciado “El Amor es universal”, etc.).

Descubrir qué tienen los holones en común ofrece claves sobre la evolución en cualquier dominio (biológico, psicológico, etc.). Cada holón que emerge realiza dos operaciones a la vez: trasciende e incluye a sus predecesores (como sucede, por ejemplo, en la cadena átomo, molécula, célula, etc.).

Al establecer una jerarquía de desarrollo (holoarquía) de los distintos holones, se pueden abordar fenómenos tan dispares como la evolución de las especies, la historia de las estructuras sociales y culturales o la relación entre los constituyentes o partes presentes en un sistema específico (como los medios de comunicación).

Por ejemplo, la narrativa audiovisual, la disciplina que estudia cómo contar historias con imágenes y sonidos, por citar un campo muy específico, puede estudiarse como un conjunto de holones que van integrándose en estructuras superiores: un fotograma conforma un plano y este a su vez una escena, una secuencia, un bloque, un acto, un capítulo, una temporada y hasta una serie de ficción completa.

Wilber destaca veinte propiedades fundamentales, veinte principios de los holones (Wilber, 2021b) que convierten a estos componentes, que son partes y todos, en las piezas esenciales de su modelo integral aplicable a los medios de comunicación.

2.2. Modelo AQAL: cuadrantes, niveles, líneas, estados y tipos

El modelo AQAL (All Quadrants, All Levels), conocido como OCON (Omnicuadrante y Omninivel) en español, es el marco de referencia, el núcleo de la metateoría de Ken Wilber a partir de los holones.

Se trata de una estructura que conecta todas las facetas de la existencia humana en un mapa, en un esquema visual que sirve, tanto para no dejar ningún aspecto fuera, como para integrar todos ellos en un desarrollo diacrónico y sincrónico de la existencia. Wilber habla de SOI (Sistema Operativo Integral), un programa que tiene en cuenta todos los aspectos de la realidad de los seres humanos como un conjunto global que sirve para afrontar cualquier cuestión personal o colectiva de la vida.

Para Wilber, la realidad puede descomponerse en cinco categorías: cuadrantes, niveles, líneas, estados y tipos –insistimos, todos ellos profundamente interrelacionados–. Son manifestaciones, dimensiones que nos ayudan a comprender satisfactoriamente cómo percibimos y experimentamos el mundo.

El esquema de cuadrantes se compone de un lado derecho (externo, de captación de la realidad circundante, donde priman los sentidos) en el que se responde a la pregunta ¿Qué?, y un lado izquierdo (interno, de interpretación, esencialmente cognitivo-emocional) donde se aborda la pregunta ¿Por qué?:

1. Cuadrante superior izquierdo (subjetivo): es el espacio de las experiencias interiores individuales. Es el ámbito del Yo. Lo que percibe, siente y piensa el sujeto. Incluye los distintos niveles de conciencia y estados mentales, las emociones, etc.
2. Cuadrante inferior izquierdo (intersubjetivo): es el espacio de las experiencias interiores colectivas. Ámbito del Nosotros. Las culturas, creencias, valores morales o lenguajes se incluyen aquí. Es el mundo de la filosofía, la religión o la ética.
3. Cuadrante superior derecho (objetivo): es el espacio de lo físico y lo químico, lo que se puede ver, escuchar y tocar, el mundo de los objetos materiales. Lo exterior individual. Ámbito del Ello. Lo empírico, el cuerpo, el lugar donde abordar la presencia externa de “lo mío”, de la conducta.
4. Cuadrante inferior derecho (interobjetivo): es el espacio de la organización de las formas físicas. Lo exterior colectivo. El ámbito de Ellos. Incluye los sistemas, redes, estructuras sociales y económicas, etc.

En segundo lugar, se incluyen en cada cuadrante los niveles: la evolución en el tiempo de las distintas etapas de desarrollo o de los estadios básicos de cada elemento de esos cuadrantes subjetivos y objetivos. Cuanto más situado en el centro, menos avanzado es el nivel y, cuanto más externo, más complejo y profundo. Son olas de crecimiento que se van sustituyendo de forma fluida, no solo como peldaños de una escalera. Del mismo modo que los holones que componen los niveles, la línea de la evolución incluye y trasciende el nivel anterior. Es una progresión abierta: las sociedades, las culturas, las especies o las conciencias han seguido niveles evolutivos que no van a detenerse en este momento preciso de la historia.

Resumiendo alguna de las principales etapas de desarrollo, en el cuadrante superior izquierdo esos niveles o estadios van del cuerpo a la mente y después al espíritu; en el inferior izquierdo se expande de lo egocéntrico hasta lo etnocéntrico y lo mundicéntrico; en el superior derecho, la energía se despliega fenomenológicamente desde lo ordinario a lo sutil y lo causal; finalmente, en el inferior derecho, se produce la evolución de los sistemas y redes sociales como etnias, grupos, naciones o las actuales supraestructuras globales.

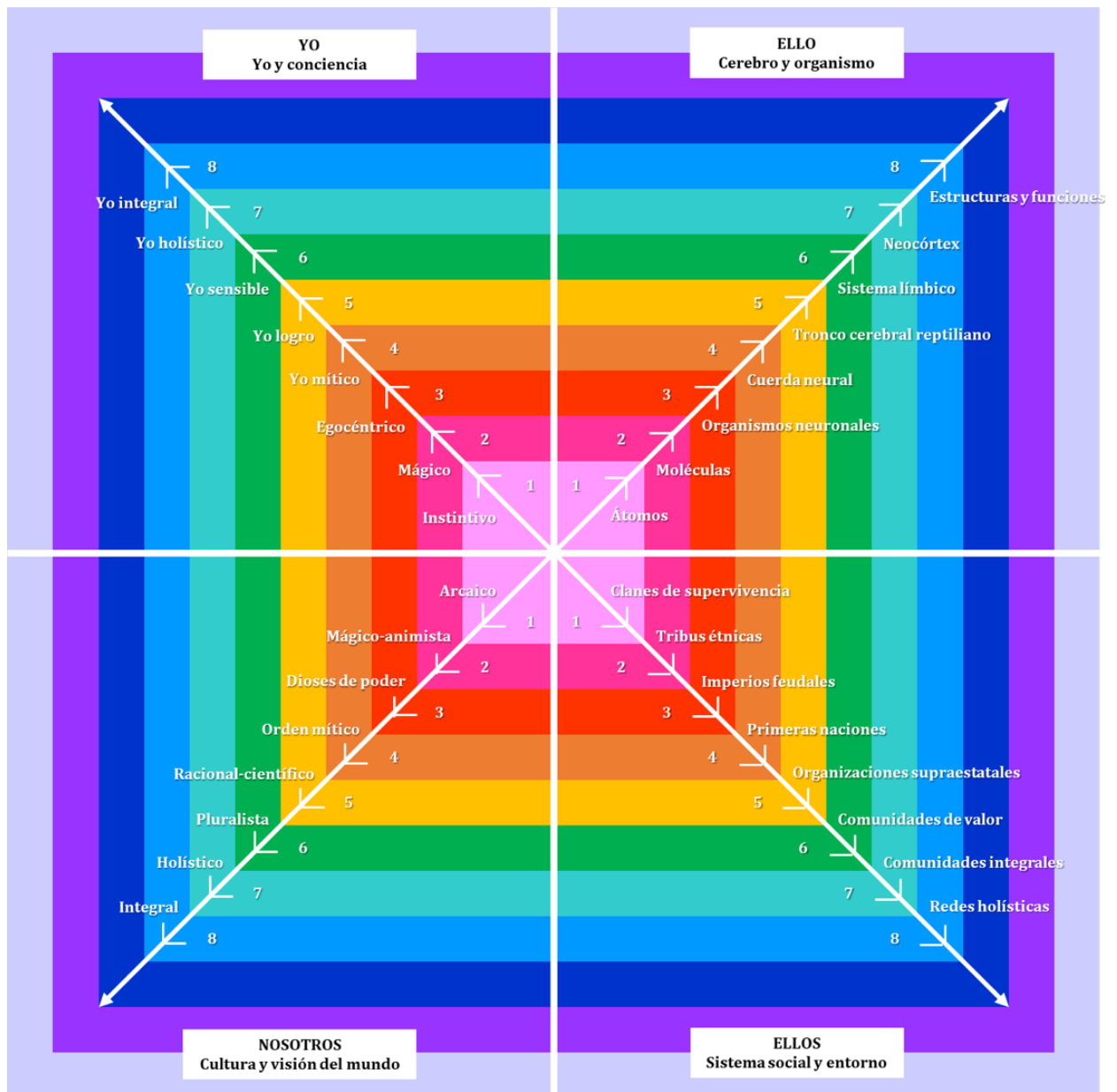
A continuación, se encuentran las líneas: un sistema de múltiples inteligencias o capacidades que se hayan disponibles en todos los individuos, pero desarrolladas de distinta manera en cada uno de ellos. No se despliegan en cada persona de modo uniforme y, además, pueden hacerlo de forma aparentemente independiente unas de otras, tanto en el mismo cuadrante, como en los otros. Wilber resume las distintas líneas en: cognitiva, moral, emocional/afectiva, interpersonal, estética, psicosexual, espiritual, de necesidades, de identidad y de valores. Estas inteligencias múltiples se manifiestan, de forma explícita y significativa, en el campo de la comunicación, como veremos más adelante. El desarrollo de la conciencia está vinculado, por ejemplo, a los modos de producción y difusión de mensajes, por citar dos aspectos que parecen muy alejados y poco interdependientes.

El siguiente elemento son los estados: en cada nivel se encuentran diversos estados de la conciencia, como la vigilia, el sueño, los estados no ordinarios inducidos por la meditación, los alterados,

emocionales, etc. Estos estados no son estructurales como los niveles o estadios, sino que surgen y desaparecen, son fugaces y temporales como un momento de iluminación o un cambio de ánimo.

Por último, se encuentran los tipos: son variaciones, modalidades, particularidades dentro de cada cuadrante y cada nivel. Son opciones, características y patrones diferenciales. Son relevantes por su desarrollo y conexión con otros tipos. Se pueden establecer muchas tipologías: masculino y femenino, eneagramas de personalidad, variantes neurológicas, sistemas religiosos, regímenes políticos, etc. Los tipos se expresarán en su modalidad sana o enferma, como veremos sucede en los medios (verdes) postmodernos.

Figura 1. Cuadrantes y niveles.



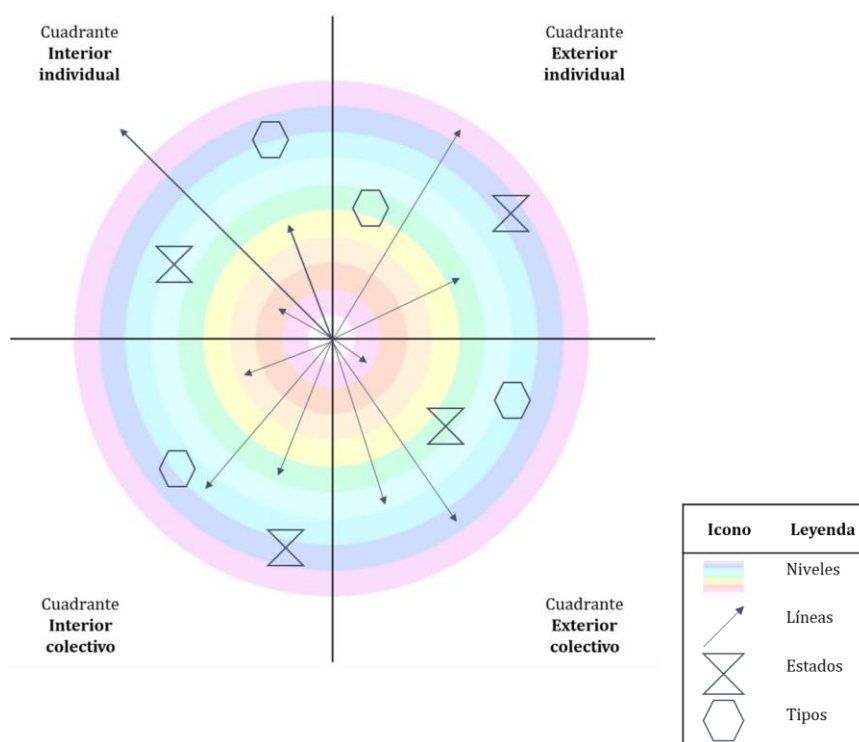
Fuente: Wilber, 2021.

El modelo AQAL se puede completar con los modelos de la dinámica espiral de Chris Cowan y Don Beck, donde se asigna un color a cada nivel de desarrollo, denominado vMeme (Memes de valor).

Lo importante, de cara al análisis crítico de los medios de comunicación actuales, es que el modelo AQAL es un mapa, un SOI integral que permite abordar y conectar todos y cada uno de los aspectos de la comunicación humana, individual y colectiva, como el entorno industrial-informático de los modos de producción actuales, la evolución de la tecnología, el desarrollo cerebral, las visiones culturales

contemporáneas, los cambios físicos en los cuerpos, las experiencias estéticas o los estados alterados de conciencia, entre otros hechos subyugantes.

Figura 2. Los cinco componentes



Fuente: Elaboración propia a partir de Wilber, 2023.

2.3. Lenguaje

Wilber no elude el problema semiótico del lenguaje, crucial cuando hablamos de medios de comunicación. El autor incide en que, para representar, para departir sobre la realidad hace falta disponer del léxico apropiado. Sin embargo, al evolucionar la realidad en los cuatro cuadrantes, nos encontramos con que los significados semánticos, las relaciones sintácticas y las normas gramaticales existentes no sirven para aprehender ni explicar los fenómenos que se van produciendo en los cuadrantes, los niveles, las líneas, los estados y los tipos del modelo AQAL. Esto resulta muy evidente en la comunicación religiosa: se siguen utilizando ritos, formas, palabras o símbolos que han perdido, por su descontextualización histórica o por su visión no evolutiva, el sentido primigenio del que disfrutaban cuando fueron creados para algo, impidiendo que los sujetos receptores de ese entramado de mensajes conecten con la esencia espiritual que quieren transmitirles.

Por lo tanto, uno de los ámbitos más importantes en la actualidad de los medios de comunicación es encontrar o generar un vocabulario realmente acorde con el análisis de fenómenos que irrumpen vertiginosamente y que demandan términos, expresiones y enunciados innovadores que sustituyan el glosario desactualizado y manoseado que se sigue empleando cuando se habla de comunicación, visiones culturales o, peor aún, espiritualidad.

3. Problemáticas actuales de los medios de comunicación

En el libro *Trump y la posverdad* (2018), Wilber aborda el populismo mediático y político que afecta a sistemas democráticos liberales, en apariencia consolidados y ejemplares, como el régimen político que impera desde hace más de 200 años en los Estados Unidos de América. El autor, aplicando sus teorías y modelos al ámbito específico de los medios de comunicación de masas, elabora un diagnóstico muy contundente sobre las razones de por qué un político como Donald Trump puede llegar a ser presidente de la primera potencia del mundo gracias a fenómenos como las noticias falsas o *fake news*.

Los teóricos convencionales actuales se limitan a repetir que vivimos en la era de la posverdad, a comparar la situación actual con unos supuestos tiempos dorados en los que reinaba la veracidad en los medios y, sobre todo, dedican sus investigaciones a denunciar y atacar la proliferación de mentiras –sin que se logre ni erradicarlas ni atemperarlas, solo, como mucho, detectarlas– en las televisiones, radios, medios impresos o digitales y redes sociales. Ese análisis –habitualmente estático– lo realizan desde una perspectiva meramente científico-social (ello/s), anclada en lo racional, olvidando componentes esenciales del cuadrante superior izquierdo (yo), como las emociones y los deseos internos de los sujetos, o del cuadrante inferior izquierdo (nosotros), como la hegemonía del entretenimiento, del ocio y la diversión, en las culturas contemporáneas y, por ello, se les escapa la razón del éxito de relatos espectaculares, extravagantes, hiperbólicos, subjetivos, polarizados, que se viralizan sin importar si son reales, verosímiles o falsos.

Los medios de masas ya no detentan el monopolio de la intermediación informativa: hoy cualquier individuo o colectivo, con más o menos recursos de producción, puede generar y difundir mensajes que se correspondan fielmente con la verdad –fáctica, material, sustentada en el dato, en el hecho– o, como sucede cada vez más en el ecosistema mediático, generen informaciones que contengan una combinación de bulos, falacias, medias verdades y otras modalidades híbridas de *fake news* que les permitan obtener, además de dinero, una atención y una popularidad rápidas –*clickbait*–.

El enfoque de Wilber es radicalmente distinto. En primer lugar, es esperanzador. No trata de acabar con las noticias falsas –tarea ardua, imposible– sino entender por qué circulan en tal cantidad por el entramado comunicativo y acogerlas en un sistema integral. En lugar de culpar a determinados colectivos que parecen vivir anclados en tiempos premodernos –gran parte de los votantes que auparon a Trump– se centra, por el contrario, en los medios de comunicación (nivel verde) que, bajo una apariencia de racionalidad y pluralismo, de vanguardia y progresismo social –derechos civiles, visiones feministas, movimientos ecologistas, etc.–, están entregados a un posmodernismo elitista, políticamente correcto, que desprecia a los “atrasados” de la sociedad, a los que parecen seguir aferrados a un periodo o estadio evolutivo previo (niveles rojo, ámbar, naranja). Estos medios no son conscientes de que, siguiendo la teoría evolutiva ascendente de Wilber que concluye en los estadios integrales, si se eliminan las estructuras tecnoeconómicas, sociales o culturales previas –como la mágica, la mítica o la racional– que sustentan fenómenos coincidentes hoy en el tiempo como la religión fundamentalista o el materialismo científico, toda la escalera ascendente de la evolución se desmorona. Es decir, si no se integran, al trascenderlas, las etapas anteriores, si simplemente se elimina la base, el edificio de desarrollo hacia estructuras integrales superiores se tambalea y se derrumba, colapsando todo el sistema. Y eso es lo que ocurre con los mensajes contemporáneos multiculturales: inconexos, beligerantes, desesperanzados, en última instancia, estériles, porque no logran verdaderamente superar los mensajes anteriores –autoritarios, xenófobos, irracionales, violentos, etc.– al, paradójicamente, querer combatirlos.

Wilber incide en que las guerras culturales, basadas en políticas de identidad –casi tribales–, en centenares de nuevos y contradictorios paradigmas, en un postmodernismo deconstructivo, relativista, nihilista y egocéntrico, no permiten un desarrollo sano de la comunicación humana.

En ese sentido pueden interpretarse los diversos problemas que asolan los medios de comunicación actuales, sumidos en el infoentretenimiento –la información como divertimento, como una puesta en escena casi ficcional– o la infoxicación –cantidad infinita y caótica de estímulos, de mensajes impactantes que sobrecargan cognitivamente a los sujetos–. Un diálogo de sordos en el que, además de la multiplicación de noticias falsas –porque al no existir la verdad, sino “mi verdad”, el valor de lo veraz, de lo real, desaparece y el único objetivo de toda comunicación es que los demás compartan mi mensaje por muy descabellado que sea–, se produce una fractura social, una división irreparable de los medios y los procesos comunicativos: una crisis de credibilidad, de legitimidad, de mediación –los usuarios finales prescinden, se saltan, ignoran los medios tradicionales: son ellos mismos (además de sujetos receptores ahora ejercen de emisores e incluso de “canales”) los que realizan la función de mediadores– y, por todo ello, ese descrédito general se traduce en la pérdida de influencia.

Los *legacy media*, los medios hegemónicos convencionales ya no logran imponer su agenda informativa, ya no consiguen orientar las decisiones de voto o de compra, ya ni siquiera aspiran a crear, mantener y difundir una visión ideológica sólida o hegemónica de lo que está aconteciendo en el mundo.

3.1. Características de la postmodernidad comunicativa

El aparente igualitarismo en los valores propio de la era postmoderna conlleva que no exista una jerarquía de desarrollo entre ellos. Es decir, no permite que se comuniquen valores que sean superiores al resto. No hay principios ni universales, ni útiles, ni, ante todo, verdaderos. Como siempre que hay varios mensajes divergentes, se establece una jerarquía, pero no de desarrollo –evolutivo, natural y cada vez más integral y comprehensivo– sino una de dominio: la verdad la dicta el poder, independientemente de la naturaleza, real o irreal, de esa verdad.

Wilber analiza las características de la postmodernidad –que, básicamente, es una etapa de la evolución humana nacida, reproducida y alimentada en los medios de comunicación de masas– y descubre en ella unos rasgos o atributos que parecen suponer un progreso en el desarrollo humano pero que, verdaderamente, en última instancia, lo estancan, lo impiden, lo imposibilitan.

Estas características son el contextualismo, el constructivismo y el aperspectivismo.

En su versión extrema, la postmodernidad afirma que todo es contexto. La verdad es contextual, cambiante. Cualquier conocimiento es creado en un entorno espacio-temporal que es, en realidad, dicho conocimiento. La verdad, por lo tanto, es una moda histórica, una ficción cultural con –cada vez más próxima– fecha de caducidad. Se olvida así –y además se choca brutalmente con los medios de comunicación que siguen inmersos en visiones premodernas y modernas donde sí existe la verdad por encima de las circunstancias históricas que la rodean– que hay contextos universales en sí mismos que nos unen, nos conectan, recomponen lo fragmentado por esa multiplicidad de contextos geográficos, sociales o culturales, y que no tienen, por ello, que resultar opresivos, sino omniabarcadores, integrales.

En segundo lugar, se aterriza en el constructivismo. Toda realidad es creada, para, a continuación, deconstruirse, por lo que, por ejemplo, no es posible una norma moral común. Los valores se eligen según los deseos del yo. Cada ser humano rige su propia conducta. Un nihilismo axiológico, epistémico y óntico, como apunta Wilber. La verdad no es algo dado, es un mero producto.

Se olvida, de ese modo, que realmente la verdad en los medios de comunicación no es creada o inventada al 100%, sino que es una co-construcción: más allá de su carácter de objeto fabricado, hay rasgos intrínsecos –en los cuatro cuadrantes de AQAL–, que proporcionan un fundamento universalizador. La construcción social de la realidad no implica la inexistencia de lo verdadero, sino que la naturaleza del sujeto forma parte intrínseca del proceso de conocimiento y en cada nivel de desarrollo se co-construye un mundo diferente. Es decir, que la verdad es algo natural y artificial a la vez. Existe por sí misma y es reescrita al mismo tiempo. De ahí la visión comprehensiva de Wilber: su apuesta por integrar todas las visiones del mundo por las que atraviesa el proceso de desarrollo, que cada nivel incluya y trascienda a los anteriores, de tal modo que el más desarrollado representa “más verdad” porque incorpora las “menos verdades” de los niveles anteriores.

Por último, el aperspectivismo en la postmodernidad conduce a la hipérbole, a la locura. Como hemos señalado, para los medios “la verdad no existe” –lo que entraña una contradicción en sus mismos términos, porque esta aseveración también sería falsa–. No existe ninguna perspectiva ahistórica preestablecida, solo hay devenir histórico. Por lo tanto, no hay verdad inmutable. Solo puede abrazarse, entonces, una creencia autónoma, personal, que acaba conduciendo a no otorgarle ningún valor a la verdad, a no creer en nada porque en nada se puede confiar. Nada es válido para siempre y, al mirar para atrás, el pasado parece incoherente, irracional, “estúpido”. Todas las interpretaciones son válidas y ni pautas, hábitos o paradigmas del pasado o del presente tendrán cabida en el futuro.

Sin embargo, para Wilber, precisamente es en ese futuro donde convergen las verdades históricas. Cada nuevo nivel de desarrollo aumenta el número de perspectivas que la conciencia puede asumir y, en ese sentido, cada perspectiva abraza a las predecesoras (principios de autoorganización y autotranscendencia de los holones). El resultado es una visión cada vez más amplia, un estado más adecuado, más verdadero, más elevado (como propuso Hegel): No es que no existan hechos, es que existen más hechos. La verdad se desarrolla, se transforma a partir de las verdades anteriores: mítica – mito como verdad–, racional –ciencia como verdad–, moderna –cambio como verdad–, postmodernidad –no existe la verdad– y estados integrales –agregado de verdades anteriores en una unidad no dual–.

3.2. El colapso de los medios de comunicación

En este ecosistema postmoderno, los medios de comunicación, principales culpables –por acción u omisión– de las visiones extremas del contextualismo, el constructivismo y el aperspectivismo están conduciendo a un colapso de esa evolución de estructuras hacia la unión integral, de tal manera que hay riesgo, para Wilber, de que no se produzca más crecimiento y de que el estadio verde, el postmoderno, sea no solo en el que se quede estancada la mayor parte de la población, sino que acabe derivando en un conflicto irresoluble con estadios anteriores. Lo postmoderno, sin llevarlo al extremo, igual que antes lo moderno, lo racional, lo mítico, lo mágico o lo arcaico, hay que aceptarlo para poder trascenderlo e incluirlo en la siguiente etapa de desarrollo. Esa es la puerta a la/s verdad/es de la vida que esperan en las estructuras integrales superiores.

Entre otras implicaciones de este análisis crítico de la postmodernidad exacerbada, para Wilber los medios son mensajeros superficiales, que no profundizan –en una verdad en la que no creen–, que no crean relatos sólidos y exhaustivos. Son un escaparate vacío.

Igualmente, fomentan la división, porque al no haber una verdad, entran en conflicto el narcisismo y el nihilismo de los individuos, separados, enfrentados, polarizados por los intereses de los medios.

Así, en EEUU, los medios naranjas –conservadores, de derecha republicana tradicional o populista estilo Trump– son mítico-religiosos y etnocéntricos. Orientados al logro, a la excelencia o el lucro, incluyen también elementos ambar –patrióticos, racistas, xenófobos, antiinmigración, homófobos, etc.– e incluso del arcaico egocéntrico rojo –preconvencionales, egoístas y patriarcales–.

Por el contrario, los medios verdes –liberales, progresistas, demócratas– son posmíticos y posreligiosos, mundicéntricos, plurales y universales –a favor de la igualdad de derechos y oportunidades, las libertades individuales, etc.– y destacan, además de por ser mayoritarios en los medios de entretenimiento (películas, series de TV) y en los propios medios informativos, por abogar por lo políticamente correcto, por el consenso social y cultural.

Sin embargo, los dos acaban cometiendo el mismo error, también los medios verdes postmodernos: la diversidad mal entendida lleva a la muerte de la verdad; pero la censura, el ataque a las ideas distintas o la cancelación del disidente son rasgos tanto de unos medios como de otros. Las noticias falsas y los hechos alternativos son armas de cada uno para intentar erradicar visiones verdaderamente integrales de la realidad humana. Solo generan disfunciones, patologías.

En esa conflictiva tesitura, el lector, el oyente, el telespectador acaba saturado de estímulos violentos en esa guerra cultural que, en primera instancia demanda su participación ofensiva, pero que, en realidad le está expulsando de la conversación mediática: harto de verse inmerso en una lucha política, económica y socio-cultural interesada que no es capaz de conectar lo naranja, ámbar o rojo con lo verde, el individuo deja de comprar periódicos masivamente y apaga la radio y la televisión.

La fiabilidad, respetabilidad y autoridad de las fuentes se tambalean. El acceso y la utilidad de la información se cuestionan. Las audiencias consumen contenidos aun sabiendo que no son verdaderos simplemente porque cuestionan al otro, redundan en la visión del mundo filtrada que tienen en su burbuja y, en definitiva, se divierten, al principio, con ese contexto dramático, teatral de enfrentamiento. Sin embargo, esa fase se supera pronto y la desafección y la desidia acaban embargando al sujeto, que solo busca ya rellenar su tiempo de ocio en sus propias redes sociales y aplicaciones de mensajería de familiares, conocidos y amigos.

Ver y compartir memes –casi siempre estrictamente visuales– se convierte así tristemente en la actividad (única) más cercana a informarse y comunicarse para muchas personas.

4. Conclusiones

De este breve recorrido por la visión integral de Ken Wilber aplicada al ámbito de la comunicación podemos extraer una serie de conclusiones y líneas de trabajo con la intención de desarrollarlas en el futuro. Sintetizamos ahora estos planteamientos incipientes para abrir un debate crucial: ¿qué puede aportar una teoría integral como la propuesta por Wilber al análisis de unos medios de comunicación que, con la expansión de la inteligencia artificial y otras tecnologías disruptivas, adentran a la humanidad en una nueva era?

Recapitulemos las principales aportaciones basadas en la obra de Wilber:

1. Aplicando el modelo AQAL (OCON), omnicuadrante y omninivel, se propone un sistema integral para estudiar la Comunicación no de forma parcial, fragmentada o superficial, sino como un sistema holístico que abarca lo individual y lo colectivo, lo interno y lo externo del ser humano. No solo no se deja fuera ningún aspecto cognitivo, emocional, físico-material, cultural o social, sino que lo esencial, lo verdaderamente sustancial que subraya el modelo es la interconexión, la comunicación dinámica e integral entre los cuatro cuadrantes. Se trata de una visión inclusiva, equilibrada, comprehensiva que articula ciencia y arte.
2. Interacción de cuadrantes, niveles, líneas, estados y tipos. Ningún aspecto de nuestra vida debe dejarse al margen del estudio de la comunicación humana: lo mental, lo corporal, lo medicinal, lo estético, lo ético, lo político, lo religioso o, sobre todo, lo más ignorado por los teóricos, lo espiritual. El estudio del cerebro en relación con los estímulos que emiten los medios, el cambio de la mente y la conciencia a partir de los cambios que está introduciendo la era digital o el potencial de la comunicación interpersonal actual en el desarrollo del alma y del cuerpo son temas fascinantes, esenciales y trascendentales y, paradójicamente, resultan los menos tratados.
3. La holoarquía y sus 20 características permiten estudiar desde lo más específico –técnicas, formas de producir mensajes, etc.– hasta lo más general –estructuras económicas, desarrollo de tecnologías, mercados globales, etc.– Es decir, desde entender por qué disfrutamos con una película a entender el choque cultural actual entre los medios de comunicación tradicionales y los nuevos medios, todo puede analizarse desde este prisma abarcador caracterizado por el desarrollo integrador del holón, como parte y todo de cada componente comunicativo.
4. Permite analizar cualquier fenómeno comunicativo de la era digital desde una perspectiva original, crítica y extremadamente reveladora. Aplicando las innovadoras ideas de Wilber, aspectos como la hiperestimulación sensorial, la infoxicación, la segmentación de contenidos y audiencias, la ausencia de grandes relatos, la fugacidad de los mensajes, la proliferación de *fake news*, la irrupción de la inteligencia artificial y otras muchas características de los medios de comunicación de la postmodernidad se abordan sin complejos, se comprenden y, en lugar de lamentarse por la deriva problemática de los medios desde el desarrollo de internet, se explica el por qué de cada elemento, de cada proceso y se busca superar, solucionar, las disfunciones vertiginosas que está produciendo la sociedad de la información en los seres humanos. Se trata de un modelo sólido, vivo y, frente a tanto fatalismo y claudicación, muy esperanzador.
5. Sitúa en el centro del análisis un hecho que, a pesar de resultar evidente, ha sido poco tratado en las ciencias de la comunicación: todo cambia, todo se transforma. La evolución permanente e imparable –de la conciencia, de la cultura, hasta del cuerpo– es el rasgo principal de nuestra vida. La comunicación solo puede analizarse desde esa mutación o progreso permanente, por lo que estudiar estructuras, mensajes, técnicas, etc. como si fueran más o menos estáticas o inamovibles –o utilizar categorías, teorías, conceptos o taxonomías del pasado para analizar un objeto de estudio que no para de moverse, de desarrollarse– es un error que conduce a diagnósticos sesgados, desacertados, y, en definitiva, ineficaces, inútiles.
6. En ese sentido transformativo, el pasado se percibe y se puede estudiar diacrónica y longitudinalmente de otra manera. Al estar compuesto por holones dinámicos, todo lo sucedido anteriormente se da cita de forma sincrónica en el presente. Nada desaparece. Solo se integra en una estructura de orden superior. Hoy podemos encontrar manifestaciones comunicativas supervivientes de cada estadio humano –arcaico, mágico, mítico, racional, pluralista e integral en sus variadas evoluciones– y esa convivencia, mezcla y confrontación de cada uno de esos contenidos o estructuras comunicativas es una fuente de riqueza y armonía que ayuda a explicar la sociedad, la política o la espiritualidad actual. Las ciencias de la comunicación, por lo tanto, deben mirar para atrás para observar el presente y el futuro y deben saber buscar aquellas manifestaciones bellas, verdaderas y buenas que han existido –y coexisten hoy– en la historia de la humanidad. En lugar de despreciar el pasado –por ejemplo, desechando el análisis de los grandes sistemas de comunicación que son las religiones–, se pueden extraer de él enseñanzas, claves y aportaciones para la optimización de la comunicación actual.
7. Esta visión abarcadora que comprende materia, cuerpo, mente, alma y espíritu –en definitiva, naturaleza y cultura– no solo sirve para elaborar un modelo teórico o de investigación, sino que puede aplicarse concretamente a la creación de contenidos, a políticas sociales concretas, al

bienestar personal y, en definitiva, puede emplearse para que la comunicación una, conecte, integre a los seres humanos y les permita vivir y desarrollarse en plenitud en un mundo en estado de revolución permanente.

8. Wilber subraya la necesidad de encontrar nuevos lenguajes para poder describir las nuevas situaciones que se presentan, a un ritmo vertiginoso, en la comunicación actual. Sin un léxico innovador que permita denominar, clasificar y valorar críticamente los nuevos fenómenos resulta imposible afrontar la complejidad de los ignotos ecosistemas de los mundos virtuales y, sobre todo, la falta de un nuevo vocabulario impide designar conceptos y tipologías, impide narrar un relato sistemático de la transformación que se está produciendo en nuestros cerebros en la era digital.
9. Los medios de comunicación postmodernos –epítome del contextualismo, constructivismo y aperspectivismo– en lugar de suponer un escalón en el desarrollo de la comunicación hacia niveles integrales superiores, provocan con su narcisismo, nihilismo y relativismo un colapso de la evolución. Las guerras culturales con medios que se encuentran anclados en estadios anteriores fracturan el tejido social y acaban con la verdad como valor informativo y una subjetividad egocéntrica resta credibilidad y utilidad a lo que dicen periódicos, radios o televisiones convencionales, provocando, en definitiva, que los lectores, oyentes y espectadores acaben por desconectar y convertirse en sus propias fuentes individualistas y aisladas de información.
10. Por último, se abre una línea de trabajo muy significativa e ilusionante en el campo del estudio de la comunicación humana orientada al bienestar corporal y mental, cognitivo y emocional. Analizar qué papel adquiere la comunicación en las experiencias cumbre, en los cambios de estado o en las etapas de desarrollo de la conciencia; descubrir qué interacciones, mensajes o canales mejoran nuestra salud integral –y viceversa, cuáles destrozan nuestros cuerpos y nuestras mentes–, concebir el visionado de una película o la lectura de un periódico como un ejercicio de meditación o *mindfulness* que conduce al desarrollo y al despertar; o proponer estrategias, procedimientos y técnicas específicas para crear textos escritos, audiovisuales o multimedia que nos ayuden a vivir mejor, a conocer y experimentar realmente el mundo en su plenitud y madurez y a buscar la belleza, bondad y verdad que se encuentra en todas las cosas.

Sin duda, la obra de Ken Wilber es un estímulo retador para adentrarse en el estudio de los medios de comunicación que, hoy en día, son el epicentro de los cuatro cuadrantes de la existencia humana. En la sociedad de la información o sociedad digital, los ecosistemas mediáticos se han convertido en el núcleo sobre el que gravita la existencia humana. Nuevos canales, formatos, contenidos o hábitos de consumo demandan un nuevo conocimiento, una nueva forma de encarar el futuro de la conciencia humana. Haciendo frente a la falacia pre-trans –la “fake news” de la conciencia transpersonal– que tanto ha descrito Wilber en sus libros, ese futuro no debe dejar de lado el conocimiento de estadios superiores, integrales, no duales, de la conciencia.

Trasladar las aportaciones de Wilber al campo específico de la escritura (Ornst, 2008; Friesen, 2022), la música (Collins, 2010) o el cine (Kaplan, 2010 y 2023; Kaplan & Wilber, 2011) es una tarea igualmente desafiadora para los estudios de ciencias de la comunicación que aspiren a ser integrales (García García & Rajas, 2011). Como en el análisis que Wilber realiza junto con la directora Lana Wachowsky de las películas de *Matrix* (2004), la teoría y práctica de la comunicación integral es un instrumento fascinante para conocer mejor el mundo que nos rodea, pero, sobre todo, para conocernos infinitamente mejor a nosotros mismos.

Referencias

- Collins, M. (2010). Music and Personal Experience: Flows and Peaks. *Journal of Integral Theory & Practice*, 5(2), 74–95.
- Friesen, E. (2022). An Integral Writing Tour: Through the Four Studios of Your Own Awareness. *Integral Life*. <https://integrallife.com/an-integral-writing-tour-through-the-four-studios-of-your-own-awareness/>
- García García, F, & Rajas, M. (2011). El relato: Una aproximación interdisciplinar. En F. García García & M. Rajas, *Narrativas audiovisuales: El relato* (9-12). Icono14 Editorial.
- Kaplan, M. (2010). Toward an Integral Cinema: The Application of Integral Theory to Cinematic Media Theory and Practice. *Journal of Integral Theory & Practice*, 5(4), 112–138.
- Kaplan, M. (2023). Integral Cinema Studio. *Integral Life*. [bit.ly/3rBhIRd](https://integrallife.com/integral-cinema-studio/)
- Kaplan, M., & Wilber, K. (2011). Integral Cinema Studio: A Comprehensive Guide to the Cinematic Experience. *Integral Life*. <https://integrallife.com/integral-cinema-studio/>
- Leonard, A. B. (2004). *Integral Communication*. [Master thesis]. University of Florida.
- Leonard, A. B. (2011). Integral Communication. Theory and Practice. *Journal of Integral Theory and Practice*, 6(3), 1-13.
- Lough, J. (2009). A Larger Truth: The Paradox of Literary Journalism. En J. Lough & P. Herron, *Spheres of Awareness: A Wilberian Integral Approach to Literature, Philosophy, Psychology, and Art* (95-104). University Press of America.
- Ornst, M. (2008). The Integral Storycreator: Using Integral Methodological Pluralism to Create Fictional, Narrative Prose. *Journal of Integral Theory and Practice*, 3(3), 48-67.
- Schultz, S., & DeVos, C. (2022). Integral Journalism in the Disinformation Age. *Integral Life*. <https://integrallife.com/integral-journalism-in-the-disinformation-age/>
- Visser, F. (2003). *Ken Wilber o la pasión del pensamiento* [1ª Edición original: 2001]. Editorial Kairós.
- Wachowsky, L., & Wilber, K. (2004). The Many Meanings of the Matrix. *Integral Life*. <https://integrallife.com/many-meanings-matrix/>
- Walsh, R., & Vaughan, F. (Coords.) (2006). *Más allá del ego. Textos de psicología transpersonal* [1ª Edición original: 1980]. Editorial Kairós.
- Wilber, K. (2006). *Un dios sociable. Hacia una nueva comprensión de la religión* [1ª Edición original: 1983]. Editorial Kairós.
- Wilber, K. (2007a). *Una teoría de todo. Una visión integral de la ciencia, la política, la empresa y la espiritualidad* [1ª Edición original: 1996]. Editorial Kairós.
- Wilber, K. (2007b). *Espiritualidad integral. El nuevo papel de la religión en el mundo actual* [1ª Edición original: 2007]. Editorial Kairós.
- Wilber, K. (2011). *El espectro de la conciencia* [1ª Edición original: 1977]. Editorial Kairós.
- Wilber, K. (2016). *El cuarto giro. Evolucionando hacia un budismo integral* [1ª Edición original: 2014]. Editorial Kairós.
- Wilber, K. (2018). *Trump y la posverdad* [1ª Edición original: 2017]. Editorial Kairós.
- Wilber, K. (2018). *La religión del futuro: Una visión integradora de las grandes tradiciones espirituales* [1ª Edición original: 2017]. Editorial Kairós.
- Wilber, K. (2019). *Los tres ojos del conocimiento. La búsqueda de un nuevo paradigma* [1ª Edición original: 1983]. Editorial Kairós.
- Wilber, K. (2020). *Sexo, Ecología y Espiritualidad. El alma de la Evolución* [1ª Edición original: 1995]. Gaia Ediciones.
- Wilber, K. (2021a). *Psicología integral* [1ª Edición original: 1986]. Editorial Kairós.
- Wilber, K. (2021b). *Breve historia de todas las cosas* [1ª Edición original: 1996]. Penguin Random House.
- Wilber, K. (2022). *Meditación integral. Mindfulness para despertar y estar presentes en nuestra vida* [1ª Edición original: 2016]. Editorial Kairós.
- Wilber, K. (2023). *La visión integral. Introducción al revolucionario enfoque sobre la vida, Dios y el Universo* [1ª Edición original: 2007]. Editorial Kairós.