

## LA SUBJETIVIDAD EN LA ERA DE LAS REDES SOCIALES

### SUBJECTIVITY IN THE AGE OF SOCIAL NETWORKS

*Jorge E. Linares Salgado<sup>a</sup>*

Fechas de recepción y aceptación: 18 de abril de 2018, 3 de septiembre de 2018

*Resumen:* Este artículo cuestiona filosóficamente, a partir de las tesis de Günther Anders, el uso masivo de las redes sociales y la forma en que configuran la subjetividad y la intersubjetividad, particularmente en cuanto a los efectos cognitivos sobre la verdad, las creencias y la objetividad. El uso intensivo y compulsivo de las redes sociales ha permitido una comunicación casi instantánea y una sociedad presta a la observación y vigilancia de todos los aspectos de la vida cotidiana y de la política; pero, al mismo tiempo, ha impulsado una sociedad de la intrusión, el voyerismo, el juicio moral lapidario y el linchamiento público de personajes famosos o de cualquier persona acosada por sus conductas, aunque estas pudieran no ser verdaderas. Manuel Castells observaba en *La era de la información* (2000), que en nuestra época se ha trastocado el tiempo, se han fundido y confundido lo real y lo virtual, lo público y lo privado, generando nuevos problemas éticos, jurídicos y políticos. Tenemos ahora una subjetividad hipersensibilizada, saturada de información, de verdades y falsedades indistinguibles que complican

<sup>a</sup> Profesor titular de la Facultad de Filosofía y Letras. Circuito Interior. Universidad Nacional Autónoma de México.

Correspondencia: Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad Universitaria s/n. 04510 Coyoacán, Ciudad de México. México

E-mail: lisjor@unam.mx



la comunicación y el sentido compartido de la realidad, así como las responsabilidades y las acciones sociales efectivas para contribuir al bien público.

*Palabras clave:* redes sociales, subjetividad, verdad, cognición, ética.

*Abstract:* This article raises a philosophical questioning, from the thesis of Günther Anders, about the massive use of social networks and the way in which subjectivity and intersubjectivity are configured, particularly in terms of cognitive effects on truth, believes and objectivity. The intensive and compulsive use of social networks, has allowed almost instantaneous communication and has provided to the society observation and vigilance of all aspects of everyday life and politics; but at the same time, they have propelled a society of intrusion, voyeurism, the moral judgment of the stoning and public lynching of famous people or anyone harassed by their behaviors, even if they might not be true. Manuel Castells observed, in *La era de la información* (2000), that in our translocated time the real and the virtual, the public and the private have been fused and confused, generating new ethical, legal, and political problems. We have now a hypersensitized subjectivity, saturated with information, indistinguishable truths and falsehoods that complicate communication and shared sense of reality, as well as the responsibilities and effective social actions to contribute to the public good.

*Keywords:* social networks, subjectivity, truth, cognition, ethics.

## §1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, una triple revolución tecnológica informacional (el uso masivo e intensivo de la internet, los móviles inteligentes y las redes sociales) (Rainie y Wellman, 2012) ha tenido una decisiva influencia en la sociedad, la economía y la política; ha alentado la idea (o la ilusión) de que nos encontramos en tránsito hacia una “sociedad del conocimiento”, un mundo interconectado y transparente, solidario y empático. Pero no es así. En este artículo quiero llamar la atención sobre algunos de sus efectos más ambivalentes y problemáticos, por no decir peligrosos.



La disponibilidad inmediata de informaciones de todo tipo, en texto, imágenes y vídeos, incrementa nuestras posibilidades de conocimiento y de acción individual y colectiva; pero ha distorsionado también, si hacemos un balance general, las condiciones cognitivas esenciales para el procesamiento adecuado de dicha información, así como para generar conocimiento, para buscar la verdad y la objetividad. Nos movemos ahora en un mundo representacional plagado de imágenes, emociones reflejas, sombras y espectros que dejan ver parte de la realidad, pero que la exageran y la distorsionan, porque pasan directamente por nuestro aparato afectivo, sin filtro racional y transubjetivo. Como ya observaba Spinoza (Spinoza, 2015: IVparte), siempre hemos sido siervos de nuestras pasiones y cuesta mucho esfuerzo enfrentar sus efectos, sobre todo los que se derivan de las pasiones tristes y virulentas, como la indignación por cualquier cosa que nos parezca políticamente incorrecta. Pero ahora, además, somos doblemente siervos del mundo pasional que se apodera de las redes sociales. En ellas el peso de la razón, la verdad y la objetividad casi ha desaparecido. Tal parece que estamos dispuestos a entregarnos a la inmediatez y a las apariencias de realidad de las estridentes redes sociales. Así, se construye una nueva modalidad de subjetividad neurótica y de intersubjetividad tribal, cerril y dispuesta solo a creerse lo que el grupo de los similares y supuestamente cercanos, geográfica o afectivamente, quiere creer.

No sólo el gobierno apoya la difusión de mentiras y datos falsos, sino que la internet y las redes sociales han sido muy bien utilizadas por gente cuyo negocio es la desinformación: la idea es “crear contenido” –la distinción lingüística es interesante: contenido implica la descripción de un producto, no una noticia– y conseguir que éste se disperse lo más que se pueda. Mientras más gente lo lea, mientras más se comparta, más dinero generará quien lo creó. Lo de menos es que rebaje el discurso y contribuya a una sociedad más confundida (Illades, 2017: 590).

Es cierto que las redes informáticas pueden poner a disposición de mucha gente una cantidad de información muy útil (sobre todo libros, periódicos y blogs serios que verifican su información) para generar conocimientos e innovaciones en beneficio directo de las personas; también para la acción política coordinada, para la movilización de la sociedad civil, como se pensó cuando



las redes digitales tuvieron efecto en las revueltas en varios países del norte de África, durante la famosa “primavera árabe” entre 2010 y 2013. Estas rebeliones fueron aparentemente “espontáneas”, pues pugnaban por la democracia y los derechos civiles en regímenes autocráticos. No obstante, mucho se ha discutido desde entonces si las redes sociales fueron realmente decisivas y si fueron revueltas y rebeliones espontáneas, sin liderazgos visibles, o si, más bien, fueron alentadas por los servicios de inteligencia y su capacidad de manipulación de las redes sociales, de otros países.

La primera tesis que quiero plantear aquí es que debemos analizar el fenómeno de configuración de las subjetividades en las redes sociales dentro del contexto de la sociedad de consumo, porque la información se ha convertido en el objeto de consumo más vendido y ansiado. Ahora consumimos grandes volúmenes de información electrónica, en un fluido constante que se parece al río eterno de Heráclito, flujo imposible de contener y de abarcar, y en el que, como diría el efesio, nunca somos los mismos, porque el río de información se transforma a cada instante.

Si tratamos de entender por qué el capitalismo informacional se ha expandido mundialmente y ha tomado en sus manos la gobernación de la vida cotidiana, es inevitable encontrar en sus escaparates digitales y en su *marketing* electrónico el secreto de su fuerza. El capitalismo ha sabido explotar, mejor, dominar, la *ley del deseo*. Hunde sus raíces en lo profundo de la naturaleza humana: la conciencia de la finitud y el ansia por escapar de ella. El deseo es la ley suprema para un ser insatisfecho, indefinido e ilimitado, siempre confundido, pero siempre esperanzado. Por otro lado, las redes proveen justamente el anhelo de ya no necesitar más, de dejar de ser carente, de poder realizar nuestros ideales de sujetos. Anhelo satisfecho-insatisfecho en el consumo compulsivo, obsesivo, regresivo que alienta en cada uno de nosotros el mercado mundial informacional.

Las noticias se tratan como producto y no como información. Es por eso que a lo que producen algunos medios en la actualidad se le llama *content*, ‘contenido’, y no noticia. Porque es un producto para un cliente que desea recibir algo digerible y rápido, y lo quiere sin mayor esfuerzo. Algunos dicen que la industria de la información corre peligro, pues sólo dos empre-



sas, un duopolio mundial, tienen control de la llave que envía la información del proveedor al receptor: Facebook y Google (Illades, 2017: 2200).

La sociedad de consumo global aspira a realizar la utopía del deseo satisfecho-insatisfecho. Almacenar, consumir, devorar el mundo. Ahora se reviste en la forma de capitalismo informacional y nos suministra información *líquida* y licuada, revuelta con todo tipo de elementos emocionales. Como sostenía Günther Anders, el “mundo nos es entregado a domicilio” (Anders, 2011a). Él se refería a la televisión, pero hoy tenemos las redes sociales e internet en expansión global.

La ambición de tener todo a la mano y en la boca nos ha conducido ya a una crisis ambiental sin precedentes, hemos agotado muchos recursos naturales y hemos quemado en menos de un siglo gran parte de la energía fósil que tardó millones de años en formarse. Pero eso parece no despertarnos aún de nuestro *sueño consumista*. La subjetividad se concibe ahora, ya no como una *tabula rasa*, sino como un recipiente que debe atiborrarse sin nunca satisfacerse. El individuo de la sociedad de consumo es un *container* inabarcable. Su existencia no se mide desde la apertura hacia el mundo que implica el inicio de toda auténtica experiencia, sino desde el embotamiento de tenerlo todo al alcance, a la mano, de estar sobresaturado para solo consumir y almacenar más. El lema de la ley del deseo podría ser este: *nada nos satisface tanto como estar insatisfechos*. La insatisfacción se mezcla en las redes sociales con indignación, disociación, denuncia y desaprobación de casi cualquier cosa. He ahí el poderoso motor de la sociedad de consumo, pero también el síntoma de sus miserias existenciales, de sus verdaderas carencias.

Günther Anders llamaba la atención en su *Obsolescencia del hombre* (1956) (Anders, 2011a) sobre una nueva modalidad, entonces emergente, del consumismo capitalista. Se trataba del consumo, ya no de productos o bienes materiales (tan finitos y a veces tan perecederos como nosotros), sino más bien de imágenes y de informaciones que dan la apariencia de ligereza inmaterial o incluso de inmortalidad. A este nuevo consumismo lo denominó la “iconomanía”; mediante esta, el ser humano ha buscado en los últimos sesenta años escapar del “mal de la singularidad” (su propia condición mortal) y de ese sentimiento de inferioridad ante sus propios productos técnicos,



recurriendo a la generación y consumo desbordados de *imágenes* y espectros de la realidad y, ahora, de todo tipo de información que se puede codificar, transmitir y almacenar por medios electrónicos.

Los dos gigantes de la red [Google y Facebook] se embolsan cerca del 70 % del dinero que se gasta en anuncios en línea. Según *The Wall Street Journal*, esto equivale a casi 50 000 millones de dólares. Junto con la cantidad de dinero gastado en publicidad, Facebook y Google son, como decíamos, la puerta de entrada a internet: casi el 80 % del tráfico redirigido, es decir, el tráfico que se envía de un lado a otro en la red proviene de estos dos sitios. En esas condiciones resulta imposible competir, ya que la distancia entre ambas compañías y el resto de los proveedores de la red es insuperable. En este nuevo mundo, o el resto de los sitios se adhieren a los términos de Facebook y Google o desaparecen (Illades, 2017: 2300).

Esta nueva fase de la sociedad de consumo, sumada a la base del consumo material, supone una extensión e intensificación de un entorno de medios tecnológicos para el consumo masivo de *imágenes del mundo* (la fotografía, el cine, la radio y la televisión, internet, la música y los vídeos digitales, los libros electrónicos, las redes sociales en línea, en el móvil, etc.), así como la creación de un nuevo entorno digital en el que todo puede ser digitalizado y convertido en información, o en el que esta tiene el poder de materializarse en casi todo. Así, vivimos en un nuevo mundo mediático abarrotado de *imágenes*<sup>1</sup> creadas y recreadas, reproducidas clónicamente hasta el infinito en la medida en que se *viralizan* en las redes sociales.

La categoría principal, la fatalidad principal de nuestra existencia actual, se llama imagen. Por imagen entiendo toda representación del mundo y de fragmentos del mundo, ya sean fotos, carteles, imágenes televisivas o films. La imagen es la categoría principal porque hoy las imágenes ya no

<sup>1</sup> Anders hablaba de “imágenes” (*Bilder*), pues escribe su libro antes de la revolución digital; podemos extrapolar sus intuiciones al mundo de la globalidad informacional contemporánea. La base ontológica es, creo, la misma: la capacidad tecnológica para reproducir, representar y recrear el mundo, al mismo tiempo que para reducirlo digitalmente a unidades de información que consumimos, vía una suministración en paquetes, por medio de dispositivos electrónicos.



se presentan también en nuestro mundo como excepciones, sino que más bien estamos cercados por ellas y expuestos a una lluvia continua de las mismas. Antes hubo imágenes en el mundo; hoy, lo que hay es el mundo en imagen, o, más exactamente, el mundo como imagen, como muro de imágenes, que sin parar atrapa y colma la mirada y encubre el mundo (Anders, 2011b: 251).

El *mundo mediático* es ahora parte fundamental de la sociedad de consumo, es su entorno primario. Sin la publicidad digital, el telemercadeo, las campañas políticas, los spots, las *fake news*, etc., no es posible *vender ni comprar* nada: ni ideas ni cosas. Pero sin el mundo de la imagen no es posible tampoco entrar en la dinámica de la *ley del deseo satisfecho/insatisfecho* y convertirse en un consumidor enganchado a las redes sociales.

Anders emprendió el análisis de los medios de comunicación masiva de su tiempo (la radio y la televisión) para vislumbrar sus efectos sobre la conciencia humana, extrapolando sus consecuencias y adelantándose en gran medida a los acontecimientos que vendrían después. Para Anders, la televisión (como lo era el cine para Walter Benjamin y ahora se agregan las redes sociales) constituía una nueva *macromáquina* productora de imágenes para el consumo. El que consume estas imágenes centra su atención no en lo que representan, sino en el carácter espectral y aparential de esas imágenes, y sustituye sus propias experiencias por la mediatización de lo que se re-produce a través de las pantallas cada vez más pequeñas y cerradas; lo cual no es metafórico, porque dichas pantallas (cual ventanas que filtran la realidad) son cada vez más reduccionistas y nos impelen a una visión tribal en la que nada de diferente cabe (Han, 2017).

Anders no veía en este proceso tecnológico de la iconomanía una posibilidad de ampliar la experiencia del mundo; sino, por el contrario, el peligro de una reducción de la capacidad humana para comprender su entorno, para vivirlo y dotarlo de sentido. Las redes sociales son el último eslabón de esta cadena de la transformación/reducción de la experiencia cognitiva social, de la realidad y la verdad como fenómenos compartidos. La objetividad, la certeza y las verdades corroboradas han cedido a la estridencia y la virulencia de las pasiones sociales, a la denostación y la ira como lenguaje universal, al linchamiento mediático –cuyo cadalso es la pequeña pantalla de nuestros



móviles–, a la falsedad, la exageración y la extrapolación intencionales y malévolas.

En el entorno de red, menos jerarquizado y menos acotado –donde la experiencia es más controvertida que en el pasado y donde las relaciones son más tenues– hay más incertidumbre sobre en quién y en qué fuentes de información confiar (Rainie y Wellman, 2012: 589).

Así pues, nos hemos quedado indefensos ante el crecimiento de este nuevo poder tecnológico, la iconocracia, que representa un medio ambiguo y peligroso, como todo poder. Como dice Christopher John Müller, debemos ser conscientes de que nuestros *smartphones* son las armas nucleares del presente: pueden ocasionar estallidos sociales, suicidios y homicidios por doquier, basta con apretar “enviar” o seleccionar el “me gusta”.

Un *smartphone* es como una bomba atómica, no porque las innovaciones tecnológicas que lo hacen funcionar puedan ser armas, sino porque moviliza e incluso amplifica las tendencias inherentes de la tecnología sistémica y autónoma: facilita “el escape de la inhibición y de los escrúpulos” que Anders comenzó a identificar. El peligro, por lo tanto, es la posterior eliminación del ser humano [...]. Hoy, la revolución de los datos masivos [*big data*] está en pleno apogeo y nuestros dispositivos digitales recogen de manera inocua e indiscriminada datos que pueden ser explotados para futuras aplicaciones, tal vez incluso para sistemas de armamentos [...] (Müller, 2016: 148).

## §2. EL NUEVO ENTORNO DISTAL

El fenómeno sociocultural más relevante de nuestros días es, pues, el de la producción y consumo masivo de imágenes y representaciones del mundo. Todo ello ahora se concentra en el mundo digital y tiene lugar en un *entorno distal* (Echeverría, 2000). Lo decisivo es que los *medios* técnicos de la representación convirtieron el *mundo* en un “producto”, en una mercancía con “entrega a domicilio”, como sostiene Anders (2011a). Se trata de un proceso de auténtica *reducción* ontológica del mundo que tiene repercusiones cogniti-



vas, éticas y políticas. El mundo externo que trasciende nuestras experiencias y nuestras representaciones, que está ahí para que nosotros lo interroguemos y lo descubramos, en suma, para que *hagamos experiencia* de él, se ha estrechado ahora a ser una “imagen del mundo”, como ya sostenía Heidegger. El mundo se ha contraído hasta ser un *ente* manipulable, reproducible hasta el infinito, consumible y, desde luego, comercializable. Por ello, carece ya de sustancia, es tan volátil y líquido (Bauman, 2003), y en él todo se relativiza. No por nada, el individuo de la sociedad de consumo practica lo que Anders denomina una especie de “nihilismo pragmático”: todas las cosas y todos los eventos valen lo mismo para él, o no valen nada, son meras *apariencias*, “espectros” de la realidad que consume, olvida y desecha a diario. Como afirma Anders, el mundo informacional *licúa* y *liquida* los productos suministrados a domicilio; no solo predomina la fluidez y liquidez de lo efímero, sino que literalmente se liquida la objetividad compartida entre sujetos, se desvanece así la verdad, y la sensación de realidad intersubjetiva.

En el primer volumen [de la *Obsolescencia del hombre*] he descrito cómo son “suministrados a domicilio” los acontecimientos y objetos del mundo mediante la radio y la televisión; son suministrados no de otra manera que el gas o el agua; que el mundo exterior, superando las mayores distancias y atravesando las paredes más compactas, se amontona como basura dentro de nuestra habitación, pierde tanto su carácter externo como realidad; es decir, que ya no se nos pone delante como “mundo”. Por supuesto, tampoco simplemente como una “imagen” del mundo. Más bien como un *tertium*, como algo *sui generis*, como un fantasma de mundo y este fantasma actúa, a su vez, como matriz que no sólo nos marca a nosotros, los consumidores efectivos, sino que también influye en la organización de los acontecimientos; de esa manera supera en realidad pragmática a muchos fragmentos del denominado “mundo” (Anders, 2011b: 213).

Pero si el mundo ha devenido una *representación subjetiva* (como una alucinación normalizada), entonces ya no es necesario conocerlo y recorrerlo, la *experiencia* se hace superflua. Por ejemplo, la vivencia del viaje, del reconocimiento de los otros mundos y de otras personas, o bien la corroboración de los hechos declarados. El salir *hacia* el mundo ya no tiene sentido para el individuo de la sociedad de consumo informacional, tampoco el buscar la



verdad detrás de las noticias o de las afirmaciones de los grupos en red. Y esto parece contradictorio en una época en que se puede viajar por tierra, aire o mar, pero comienza a dominar la experiencia virtual de estar en todos lados y a la vez en ninguno mediante nuestros dispositivos.

... en Facebook el usuario puede elegir de quién obtiene sus noticias. El usuario no va a ellas: ellas vienen a uno. Es por eso que los medios invierten tanto dinero en esa red, pues determinan el camino al “consumidor del producto”. Se entiende que el usuario se rodea por cosas y personas que reafirman sus creencias e ignora aquellos que sostienen algo distinto. Hasta ahí todo es común. El usuario prefiere ignorar las discusiones políticas, y si las tiene, la mayoría de las veces sólo consigue estresarse más sin aprender del otro. El problema se amplifica cuando el usuario, con tal de confirmar lo que opina –*confirmation bias*, o sesgo de confirmación– utiliza fuentes dudosas. Dentro del sesgo de confirmación la gente está dispuesta a creer lo que lee, así se encuentre en un sitio desconocido o un lugar que no es confiable. Ese contenido se replica y comienza la avalancha de desinformación: pasa de unos cuantos a varios miles, y más tarde es imposible de contener. Todo con un objetivo político, que muchas veces va contra los hechos y la verdad (Illades, 2017: 696).

Ese mundo-mercancía, con entrega “a domicilio” por internet, los celulares y las redes sociales, ya no es el mundo objetivo que nos trasciende, sino una contracción subjetiva, por lo que el individuo contemporáneo –como apuntaba Anders– practica también un nuevo *idealismo pragmático*: la realidad se reduce a nuestras representaciones (mediáticas e informacionales), a nuestros prejuicios (de acuerdo cómo nos viene dada la información y por quién la comparte o reenvía) y a nada más, parece no quedar otra cosa fuera de las imágenes y las representaciones que consumimos a través de nuestros dispositivos. Y, por tanto, si el individuo contemporáneo se conforma con recibir y consumir ese singular producto fabricado por los medios electrónicos, el individuo cercena su capacidad de descubrir, interrogar y *experimentar el mundo*. Si el mundo se reduce a lo que pasa en los *media*, el mundo desaparece como tal, y se convierte en un “fantasma”, en un espectro de mundanidad, como afirmaba Anders.



### §3. LA VERGÜENZA PROMETEICA<sup>2</sup>

Anders sostiene que el ser humano de la civilización tecnológica siente vergüenza por no ser una cosa fabricada, ha aceptado –como Anders razona– la superioridad de los objetos técnicos sobre lo humano, y lo ha conducido a rechazar su propia no-reificación como un defecto. El sujeto se concibe a sí mismo como algo “mal construido”, como un cuerpo defectuoso que debe ser reconfigurado. Además, la obsolescencia del ser humano proviene del hecho de que este se ha vuelto justamente inadaptable y rígido, mientras que lo que caracteriza a los objetos técnicos es la capacidad de adaptarse a un sistema abierto y dinámico, en progreso constante. En cambio, nuestro cuerpo biológico todavía es el mismo de nuestros ancestros. Como Anders apunta, se ha producido una singular inversión de roles: los artefactos son ahora más flexibles y adaptables, y están en constante transformación e, incluso, en obsolescencia programada; mientras que el individuo humano se ha vuelto una *cosa* imperfectible y simplemente obsoleta.

La inmortalidad y reproductibilidad casi infinita de nuestros productos técnicos y el largo alcance temporal de sus efectos constituyen un nuevo oprobio contra el ser humano. Los productos técnicos han obtenido tal “inmortalidad” y ubicuidad clónica gracias a su carácter reemplazable, mientras el hombre sigue siendo irremplazable; pero lo que antes era un motivo de orgullo “ontológico,” ahora es el signo de una inconveniencia. Estamos condenados a ser ejemplares únicos y perecederos. Ante ello, la “vergüenza prometeica” resulta –dice Anders– innegable.

### §4. EL MUNDO FANTASMAL

Günther Anders intentó pensar las consecuencias ontológicas de este fenómeno del mundo constreñido y “servido” a domicilio por los *media* y las redes sociales. En primer lugar, cuando el mundo viene a nosotros significa

<sup>2</sup> En esta sección y la siguiente, “El mundo fantasmal”, recupero y reviso parte del capítulo sobre Anders de mi libro *Ética y mundo tecnológico* (Linares, 2008).



que ya no habitamos propiamente un mundo, que ya no lo buscamos, que no lo experimentamos, porque este se ha reducido a ser un conjunto de imágenes y apariencias que están, al mismo tiempo, presentes y ausentes, esto es –como dice Anders– que son “fantasmales” o espectrales (Anders, 2011a).

Para Anders, estas nuevas posibilidades tecnológicas para “recorrer” el mundo sin salir de casa y sin hacer una verdadera experiencia de él constituyen un modo de “vivir en un mundo enajenado”. El extrañamiento del mundo que Anders plantea es un fenómeno que altera las dimensiones naturales del espacio y del tiempo. Las tecnologías de telepresencia nos aproximan cosas que están a una distancia inalcanzable para los sentidos naturales. Mediante el “consumo” de las representaciones espectrales tenemos la sensación de encontrarnos con todo, y de acercarnos todas las cosas en la intimidad de nuestro *smartphone*. Pero, según Anders, esto es una ilusión, pues no se puede construir un artefacto que sea capaz de suplantar una auténtica proximidad y familiaridad con las cosas mundanas. En todo caso, crea una simulación, una realidad alterna, espectral.

Ahora bien, los medios de telepresencia tienen efectos reales en la manera en que vivenciamos el espacio y el tiempo: todas las regiones del mundo y todas las épocas están ahora aparentemente próximas a nosotros, pero esto significa que se disuelven las verdaderas dimensiones espaciales y temporales del mundo como tal. Anders denomina a este nuevo fenómeno la “pseudofamiliaridad con el mundo” [*Verbiederung der Welt*] (Anders, 2011a). Anders sostiene que este proceso no es justamente una “familiarización”, una relación de mayor intimidad con las cosas y con otros sujetos; por el contrario, es una distorsionada o suplantada familiaridad con los acontecimientos y las personas que se pretenden ver como si fueran cercanos y bien conocidos, pero que en realidad se vuelven, a través de los dispositivos, extraños y lejanos. Esta “simplificación” del mundo se comporta sin ningún respeto ante las cosas, trivializándolas, tergiversándolas. Genera, además, una especie de actitud soberbia, de intentar conocerlo todo, de tener todo al alcance de la mano, como ahora siente el individuo que “consume” información del mundo entero en su *smartphone*. Anders revela, sin duda, un problema estrictamente ontológico al describir lo que pasa cuando las dimensiones del espacio vital son ampliadas hasta romper los límites de la corporalidad, de la cognición y de la sensibilidad humanas que se habían mantenido como límites naturales.



El mundo “pseudofamiliar” representa una modalidad de inauténtica vivencia de las cosas que encubre un alejamiento del mundo próximo y una deformación del mundo distante, aunque sea posible que, mediante las redes sociales, encontremos también formas de comunicación efectivas y de acción colectiva. Pero debemos esforzarnos en observar y analizar los efectos ambivalentes y más problemáticos.

No obstante, para Anders, este es el máximo nivel de un extrañamiento de la mundanidad, de una alienación del espacio vital, y es además el clímax de una visión antropocéntrica y egocéntrica del mundo. En efecto, en el mundo en red nos hemos vuelto solitarios vinculados a otros mediante nuestras matrices tecnológicas. La pseudofamiliarización y banalización del mundo [*Verbieterung*] colocan a todas las cosas en la misma proximidad o en la apariencia de proximidad; se trata, por ello, de un fenómeno de neutralización axiológica, cuya causa reside, según Anders, en la economía industrial de producción en serie, capaz de convertir cualquier cosa en una mercancía. El mundo familiarizado-banalizado [*verbiederte Welt*] es, pues, el producto principal de los nuevos medios tecnológicos, y la base de la neutralización axiológica de la actividad humana.

En el volumen II de la *Obsolescencia del hombre* (1979), Anders (2011b) apunta algunas de las consecuencias más inquietantes de la conformación del mundo fantasmal: la privacidad se ha vuelto obsoleta, somos ahora, dice Anders, “espías y agentes secretos”, al mismo tiempo, esclavos contractuales, ladrones e intrusos de la vida de los otros, desvergonzados e impertinentes, exhibicionistas y voyeristas, y caníbales dispuestos a devorarnos la imagen y la reputación de los demás. El mundo es suministrado a domicilio (literalmente, a la palma de la mano), empaquetado y moldeado por los dispositivos electrónicos, y este es el medio por el que entregamos nuestra intimidad y nos entregamos de cuerpo entero a la fragmentación icónica del mundo.

De los bienes con que somos suministrados forman parte, pues, también e incluso en primera línea, nuestros congéneres: todos nosotros somos ahora virtualmente comensales y la comida de otros. En este sentido, la situación es *canibal*. Nadie que no tenga presente al mismo tiempo estos dos procesos caníbales, es decir, el comer y ser comido, puede hacerse una imagen completa de nuestra existencia actual (Anders, 2011b: 215).



¿Qué efectos puede tener el mundo informacional de las redes en nuestras vidas? Anders las resume en las siguientes tesis que parafraseo.

1. Mediante las tecnologías informacionales del presente, somos despojados de la experiencia y de la capacidad de tomar una posición propia ante el mundo. 2. “Somos despojados de la capacidad de distinguir entre realidad y apariencia”. Dice Anders: “el mundo se convierte en mera ‘representación’, en un sentido que Schopenhauer no habría podido imaginar”. 3. “Nosotros configuramos nuestro mundo de acuerdo con las imágenes del mundo”. Se trata de una imitación invertida. La realidad se convierte en una platónica imagen de sus imágenes. 4. Se nos convierte en consumidores compulsivos y “lactantes pegados a los pechos del mundo informacional que suministra el líquido que nos alimenta”. La relación del hombre con el mundo se hace girar hacia la unilateralidad. 5. “Somos despojados de la libertad de notar la pérdida de la libertad”. 6. “Somos ideologizados”, pues la marea de imágenes singulares tiene que impedir de todo punto que consigamos una imagen del mundo y que notemos la falta de la imagen del mundo. 7. “Somos infantilizados (convertidos en lactantes) maquinalmente”. 8. “Lo suministrado es edulcorado” para que podamos disfrutarlo y digerirlo (Anders, 2011b: 252-255).

La idea de convertirnos en lactantes del mundo informacional no es una mera metáfora reviste, para Anders, una auténtica regresión a un estado infantil de “oralidad” digital en la que succionamos una “sopa cultural” hasta saciarnos o dormirnos.

De la misma manera que los lactantes se agarran a los pechos maternos, nosotros estamos agarrados a los inagotables pechos de los aparatos [artefactos], pues toda la necesidad de consumo y lo que nos impone como necesidad de consumo, el mundo [...] se nos sirve en estado líquido. Es decir: no se nos sirve, sino que se suministra de manera tan directa que también puede ser utilizado y consumido; y dado que el producto es líquido, desaparece en cuanto es consumido, o sea, es liquidado (Anders, 2011b: 254).

Por liquidación entiendo el hecho de que muchas mercancías suministradas ya no tienen una consistencia sólida de objetos, sino que han de ser recibidas y de hecho así lo son por el cliente en el estado líquido, en que le llegan (por ejemplo, procedentes del grifo de la radio o de la televisión)



sin pérdida de tiempo, sin masticar, en cierto modo incluso sin engullir (Anders, 2011b: 266).

## §5. EL MUNDO DE LA VIRTUALIDAD REAL

El triunfo cultural de la imagen reproducida hasta el infinito ha tenido como base la revolución social derivada de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y, en particular, el advenimiento de una nueva forma de mundanidad que se caracteriza –tomando el concepto de Castells (2000)– por el surgimiento de la “virtualidad real”.

Algunos piensan que lo que define a nuestra era tecnológica es la generación y uso a gran escala de la información (*big data*), que codifica toda la información cultural, así como la conformación de un nuevo entorno distal (de teleacción, telepercepción y telepresencia), como lo denominó Echeverría (2000), distinto al entorno natural y urbano convencionales.

Esto sucedió por la expansión del mundo global de la virtualidad real, que abrió las posibilidades de la imaginación y la interacción no presencial, no corporal, no sincrónica y no objetual. En efecto, la descorporización de la acción y la cognición humanas operada por las TIC ha mediatizado la expresión virtual de otros mundos naturales, otros cuerpos y formas de estar presente, de actuar, de percibir, de comunicar, de sentir y de pensar. Gran parte de los fines eugenésicos de las antropobiotécnicas (en las que se expresan esos mundos imaginarios o virtuales de nuevas posibilidades corporales, de cíborgs y quimeras biotécnicas) implican la adaptación de los seres humanos y demás seres vivos al mundo de la virtualidad real. Así pues, los proyectos transhumanistas de eugenesia radical de la naturaleza humana son una manifestación del mundo de la virtualidad real y de la proyección de esas posibilidades informacionales.

Asomémonos por un momento a la revolución informacional para intentar observar cómo se ha prefigurado la alteración de la experiencia espacio-temporal del mundo de la vida. Nuestra hipótesis es que la revolución informacional anuncia, por un lado, un futuro de plena libertad individual y relatividad de las costumbres, debilitamiento de los poderes clásicos de los Estados



y de las instituciones que nos reprimían; pero, por otro lado, anticipan y desencadenan efectos de una contraproducente retribalización de las relaciones y de los valores sociales (van Mensvoort, 2011).

Uno de los efectos más interesantes de la reciente revolución social causada por las tecnologías informáticas y de la información es que ha transfigurado ya (en poco más de un cuarto de siglo) las estructuras convencionales del mundo de la vida; esto es, el horizonte espacio-temporal presencial, corporal y objetual, desde donde se desplegaba la existencia y la autoconciencia de los individuos y de las colectividades. Se trata de unos cambios de gran calado histórico por su rápida extensión, por su alcance global y por su intensidad. Recientemente, comienza a tomar fuerza la idea de que está en marcha una cuarta revolución industrial (Schwab, 2016) en donde convergen “el internet de las cosas”, la encarnación de dispositivos electrónicos en el cuerpo humano, mediante dispositivos inteligentes en relojes, aretes, pulseras o tatuajes digitales y chips para interactuar con dispositivos “inteligentes” y estar permanentemente conectados a internet emitiendo y recibiendo una gran cantidad de datos e informaciones. Las pantallas se volverán obsoletas, consumiremos y procesaremos información directamente en nuestra piel. Entraremos en el mundo de la *epiderdigitalización*.

De acuerdo con Lee Rainie y Barry Wellman, ha surgido una nueva modalidad de subjetividad: el “individualismo en red”. Lo característico del individualismo en red es que las personas funcionan más como individuos conectados y menos como miembros del grupo social tradicional: la familia, la pareja, el equipo de trabajo, el club u organización social; este nuevo individualismo (estamos solos pero juntos y actuamos conjuntamente en las redes, sin advertirlo incluso) ha sido posibilitado por la triple revolución informacional de internet, los móviles y las redes sociales:

La gente ha cambiado las formas en que interactúa entre sí. Se ha convertido cada vez más en individuos en red, en lugar de integrarse en grupos. En el mundo de los individuos en red, es la persona el centro: no la familia, no la unidad de trabajo, no el vecindario, y no el grupo social (Rainie y Wellman, 2012: 343).



Los artefactos que transmitían información (analógica antes, ahora digital) sirvieron históricamente para simbolizar, comunicar y “conectar” a los seres humanos con sus grupos sociales. Ahora dispondremos de toda una gama de artefactos portátiles (*wearables*) y adheribles a nuestra vestimenta y a la epidermis, así como artefactos domésticos que se vuelven inteligentes y cobran vida, así como robots de IA cada vez más humanizada y naturalizada. Estas infotecnologías interactuarán en el futuro próximo con biotecnologías y neurotecnologías, mediante innovaciones de la biología sintética en la industria farmacéutica y alimenticia, aún en una etapa incipiente, para crear nuevos fármacos genómicos “inteligentes”, intervenciones y modificadores neuronales para cambiar y controlar emociones, sentimientos, representaciones y pensamientos. Así, pasaremos de los dispositivos *wearables* a artefactos inteligentes encarnables o incorporables literalmente; no serán simples prótesis, sino configuradores de las sensaciones, emociones, pensamientos y acciones, reordenarán nuestras interacciones con el mundo modificando la forma de concebirlo y valorarlo. La cuarta revolución industrial preconiza precisamente el escenario de convergencia total de los sistemas infotecnológicos y biotecnológicos, como nueva etapa de la evolución de los sistemas artefactuales para desembocar en un mundo rediseñado, ampliado y plenamente interconectado. Lo más destacable es que se proyecta en estas ideas una radical transformación de la naturaleza humana para convertir a los individuos en bioartefactos autoproducidos y autodiseñados.

Por tanto, la reconfiguración en marcha del mundo de la vida ha alterado primordialmente la forma en que vivimos y habitamos el espacio y el tiempo, así como la manera en que estas estructuras intervienen en nuestras concepciones, representaciones e intervenciones de/en la naturaleza y el mundo social, proyectándose en todas nuestras acciones y decisiones prácticas.

Así pues, la globalización entró en una nueva fase con la integración o convergencia técnica (todavía en marcha) de todos los medios de comunicación y gracias a las interacciones electrónicas cada vez más intensas y frecuentes. En la actualidad los acontecimientos políticos, sociales y culturales (todo aquello que puede ser figurado o representado, esto es, que constituye la materia de la heideggeriana “imagen del mundo”), se difunde por todas partes a la velocidad de la luz. Podemos pensar la red global de telecomunicaciones



como una caja de resonancia, compuesta de múltiples espejos y amplificadores de imágenes. Byung-Chul Han la denomina también el “enjambre” (Han, 2014) en el que hay un ruido permanente.

## §6. LA VIRTUALIDAD OMNIABARCANTE

Como característica primordial de la infraestructura tecnológica de la sociedad informacional destaca la velocidad creciente con que la información se genera, transmite y procesa, creando un ambiente de sitios indiferenciados y de temporalidad uniforme y sincrónica, en donde parece que la temporalidad misma se detiene (o se fragmenta) y las distancias físicas y geográficas se relativizan, se acortan y se disuelven. Lo paradójico es que este infomundo distal produce una fragmentación social y unas confrontaciones emocionales radicales, las personas se adhieren a distintas tribus y refuerzan sus prejuicios, ignorancias, aficiones, amores y odios, diluyendo el espacio del debate, el razonamiento y la búsqueda de la verdad. Internet y las redes se han convertido en un arma para el ataque verbal, la descalificación y la destrucción de la imagen pública de cualquiera de nosotros (Levmore y Nussbaum, 2010).

El sistema de comunicación global, que está organizado mediante la integración electrónica de todos los medios convencionales en sistemas multimedia e internet, está construyendo un nuevo entorno que podemos denominar virtualidad real o también virtualidad omniabarcante, como lo ha descrito Castells (2000) en su obra ya clásica *La era de información*. Las teletecnologías permiten la disolución virtual de las fronteras políticas, geográficas y temporales, pero no así de las barreras y los prejuicios culturales y lingüísticos. El “tercer entorno” tiene, como observa Echeverría (1999), propiedades inéditas en la historia: es distal y no proximal, es reticular (no hay entorno físico de tres dimensiones, sino de dos dimensiones: emisor y receptor)<sup>3</sup>, tiene

<sup>3</sup> La norma es que emisor y receptor en internet pueden ser anónimos o falsos. En las redes sociales se supone que las personas que se comunican se conocen o se vinculan a través de conocidos. Sin embargo, cada vez es más frecuente que se usen las redes para infiltrarse en grupos que acaban siendo de prefectos desconocidos, en los cuales cada individuo cree que conoce o que puede tener confianza de todo aquel que participa en el chateo.



un soporte electrónico y representacional, la información es digital y no analógica, solo audiovisual (por el momento) y no permite presenciar las cosas con los cinco sentidos de que disponemos, por lo que ya no podemos diferenciar la realidad virtual de la realidad real. Pero ello no importa porque en nuestro cerebro emocional todas las imágenes y textos que captamos aparecen con la misma intensidad de realidad. La principal característica del tercer entorno es que la acción y la presencia a distancia son globales y locales, a la vez, y pueden ser asincrónicas, provocando una disrupción en la temporalidad que vivimos subjetivamente.

En el sistema actual de telecomunicaciones y teleacciones la realidad es capturada y procesada en modalidades de apariencias reales, pero no siempre actuales o presentes; es el mundo generado por los simuladores de realidad virtual, los videojuegos interactivos o internet en su conjunto, con sus redes sociales y comunicación instantánea por medio de ordenadores, teléfonos móviles y relojes “inteligentes” o *wearables*, tabletas y otros dispositivos electrónicos en los que las virtualidades no están separadas de la percepción inmediata, sino que más bien constituyen el contenido inmediato y más concreto de la experiencia cotidiana. El horizonte tradicional del aquí y el ahora, esto es, el horizonte del mundo fenoménico cede ante una nueva configuración de la percepción, la valoración y la acción mundanas cuyas coordenadas espacio-temporales han sido ensanchadas o comprimidas, incluso en el mismo proceso. En esta nueva configuración perceptual y cognitiva predomina la yuxtaposición de imágenes y representaciones conducidas por medios electrónicos, sobre el espacio físico que ha sido –a su vez– difuminado en el flujo constante de imágenes y datos que inunda el espacio público, reflejados en las pantallas de millones de artefactos informacionales.

El sistema de comunicación global con el que interactuamos y que cada vez resulta más determinante en nuestra vida cotidiana dificulta distinguir entre lo meramente potencial y lo virtual, o entre lo real y lo simulado; todo aparece ante nuestros ojos y oídos (nuestros cerebros, al fin y al cabo) con pretensión de realidad, porque nuestra experiencia se está conformando cada vez más con el contenido de imágenes e información que obtenemos de la red, los multimedia y los medios electrónicos. Lo virtual ya no se opone a lo real; por el contrario, es su condición de posibilidad en el nuevo entorno informacional.



Como señalaba Castells, en el pionero texto ya mencionado, nuestra experiencia está hecha cada vez más de “apariencias de apariencias de realidad”, de formas “hacer creer” o “hacer parecer”, de configuraciones simbólicas que imitan o simulan lo que antes entendíamos a partir de experiencias directas o relatadas por un agente confiable. Tres nuevos fenómenos conforman la experiencia de la virtualidad real: la apariencia digital o apariencia de la apariencia, la presencia a distancia o telepresencia y la teleacción o interacción por medios digitales o incluso robóticos. En los tres casos, no se trata solo de la potenciación de nuestros sentidos naturales y capacidad de acción ampliada (telecomunicación, telepresencia, televisión, teleacción), sino de la reducción de los órganos sensoriales (principalmente a la vista y el oído) y de la neutralización de la experiencia de cuerpo entero y cara a cara que son propios del mundo de la vida tradicional. Lo más relevante, que debe ser investigado empíricamente, es la reducción de nuestras emociones a unas cuantas intensificadas (sorpresa, compasión, indignación, odio, temor, repugnancia, desprecio, etc.). Se ha producido así un nuevo fenómeno de presencia descorporizada (si entendemos la corporalidad como cuerpo viviente, sintiente).

El medio de acción y de percepción social ya no es el mundo de la vida, compuesto por el espacio geográfico, el tiempo físico, la presencia cara a cara, la acción en copresencia, la visión a través de la luz solar o artificial en un horizonte físico abarcable, en los esquemas sociales del espacio público (la plaza, el “ágora”, el escenario, la ciudad, etc.) y del tiempo que sucede en el espacio común con volúmenes diferenciados y no sincrónicos, es decir, el tiempo histórico. El nuevo medio predominante de acción, percepción e interacción es la pantalla y la interfaz en donde el tiempo se sucede en una yuxtaposición y sobreexposición de imágenes, textos y datos. El horizonte mundano se ha vuelto especular y “fantasmal” como señalaba Anders (2011a). Así, el espacio ha quedado comprimido en tiempo óptico y el horizonte mundano ha sido diluido hasta difuminarse o literalmente “encuadrarse” en nuestras múltiples pantallas. Como se ve, además, en el mundo de la virtualidad real se difumina el sentido de agencia personal y de responsabilidad individual y colectiva, porque impera el anonimato y la disolución de la responsabilidad en un “nosotros” oscuro y fugaz.



De este modo, no vivimos ya en “realidades virtuales”, distinguiendo lo actual de lo virtual, sino en *virtualidades reales* que dificultan las antiguas distinciones espacio-temporales, al menos para la actitud natural del sentido común. Todo es cercano, todo es (pseudo)familiar, todo es consabido o puede ser reducido a lo conocido (Anders, 2011a). Lo cierto es que toda experiencia o mensaje que quiera trascender tiene que entrar en este sistema informacional omniabarcante, y tendrá que adoptar su lógica y adecuarse a sus formatos. En ello también se abren muchas posibilidades creativas y estéticas, sin duda. Pero el sistema global de telecomunicaciones y teleacciones tiende a debilitar el poder simbólico de las fuentes y de los medios tradicionales de comunicación, es decir, las funciones simbólicas del logos (Nicol, 1974). Resulta complicado, por ello, representar, codificar y difundir el conocimiento científico, el pensamiento filosófico, las experiencias vitales más profundas y las vivencias estéticas, místicas, o las evaluaciones y razonamientos morales, pues se pueden confundir fácilmente con la multiplicidad de valores convencionales, los prejuicios, las intolerancias, las ideologías políticas y religiosas, cuya simplicidad se adapta muy bien a la opacidad de la virtualidad real en la que todas las ideas parecen similares.

## §7. LA ALTERACIÓN DEL ESPACIO-TIEMPO Y DEL CICLO VITAL

Otro aspecto que analiza Castells (2000) y que aquí recupero en un breve resumen es la tendencia dominante en el tercer entorno a la bifurcación del espacio vital: la división entre los sitios o lugares físicos tradicionales y el espacio de los flujos en las redes digitales crea una especie de doble dimensión espacial del mundo de la vida. El ciberespacio global está interconectado pero es ahistórico; el espacio de los sitios convencionales es local pero está disperso, pues a pesar de que concentran a población heterogénea y de gran diversidad cultural, se vuelven puntos inconexos incapaces de compartir códigos axiológicos para solucionar sus problemas comunes. El resultado es un mundo fragmentado y disperso en la dimensión de la espacialidad mundana, pero interconectado en el ciberespacio; por ello, ha ganado fuerza la idea de una vuelta a la división tribal de la humanidad (van Mensvoort, 2011).



Otro fenómeno de importancia cada vez mayor, que Castells también analizó, es la alteración o dislocación de los ciclos naturales de la vida humana. El ciclo vital dependía directamente del ritmo natural de nuestro cuerpo, estaba determinado por la biología, aunque codificado culturalmente. Sin embargo, desde que la tecnomedicina ha prolongado la vida promedio, y las tecnologías de telecomunicación han potenciado la dislocación temporal y acelerado el ritmo existencial, se han ampliado en el curso de pocos años los ciclos vitales de desarrollo, maduración y envejecimiento. Por otro lado, las antropotécnicas prometen poder controlar y expandir la reproducción, reducir las enfermedades y extender todavía más la duración de la vida (BBVA y Mind, 2016). Ya comienzan a proliferar los sistemas y aplicaciones que nos prometen una suerte de inmortalidad digital: las personas muertas físicamente podrán permanecer en las redes sociales mediante un sistema algorítmico que permita que ellas sigan enviando todo tipo de mensajes, desde el más allá de la virtualidad real. Se trata de la no-mortalidad digital<sup>4</sup>.

Hemos aprendido, asimismo, que el tiempo vital está cualificado y tiene sentido por la muerte personal, que es la muerte cerebral o cognitiva. La conciencia de la muerte caracteriza a nuestra especie y la humanidad siempre ha tenido una relación agónica con ella, ya sea para exorcizarla, sublimarla o para negarla simbólicamente en innumerables rituales de las culturas y religiones en todo el orbe. Pero en el mundo tecnológico contemporáneo ha renacido un impulso negacionista que se empecina en ganarle la batalla a la muerte (al menos en lo simbólico). La tecnología médica y la investigación biotecnológica de nuestro siglo han proporcionado esperanzas para que la aspiración quizá más antigua de la humanidad adquiera visos de realidad (al menos virtualmente): el mutante de la sociedad informacional y de la biotecnología no puede eludir la muerte –por supuesto– pero sí puede vivir como si ella no existiera. ¿Será acaso un retroceso hacia una cultura que ignora o se desentiende de la muerte? ¿Se estaría gestando así la idea de trascendencia sobrenatural más radical y delirante de la historia? Al prolongar ostensiblemente la duración de la vida y confinar la muerte fuera del escenario público,

<sup>4</sup> Véase el sitio web [www.eterni.me](http://www.eterni.me), que promete no solo guardar datos, fotos y textos, sino crear avatares para vivir eternamente en el infomundo.



la vida se convierte en un paisaje plano, tipo multimedia, en un collage de momentos y experiencias virtuales cuidadosamente seleccionados (como en la publicidad comercial y la propaganda política) y sin una finalidad o término precisos. La muerte será cada vez más parecida a un repentino corte de energía que apaga nuestro collage multimedia privado (un auténtico *blackout*), que a la experiencia humanizadora de arribar a los límites infranqueables de la existencia en compañía de los que se quedan en el mundo. ¿Para qué entonces los discursos, encomios y homenajes para recordar a los que han muerto? si permanecen sus obras, textos, fotos, imágenes, vídeos, correos electrónicos y todo tipo de *posts*, y quizá incluso sus cuerpos criogenizados en espera de resucitación biotecnológica. En la sociedad de la virtualidad omniabarcante nadie se muere; solo se desconecta. El único suicidio efectivo será cerrar definitivamente la cuenta de Facebook o de Twitter. Pero eso ni siquiera es algo que compete a la decisión de cada uno. Nuestras vidas digitales son propiedad de las compañías de las redes mundiales. Los muertos no descansarán ya en el inframundo, sino que permanecerán por siempre en el infomundo.

## §8. EL TIEMPO ATEMPORAL

La sociedad informacional vive en un tiempo atemporal en el que se ha dislocado el orden secuencial de los acontecimientos y la relatividad espacio-temporal de los diversos mundos culturales. La temporalidad habitual del mundo de la vida se ha convertido en temporalidad simultánea, en donde la sucesión continua cede el paso a la discontinuidad temporal, espacialización del tiempo y segmentación de la vida social. La información instantánea difundida por todo el globo, entremezclada con información local y del pasado, con *fake news* e historias inverosímiles de la realidad, proporciona una experiencia de inmediatez sin precedentes, y de saturación informacional muy por encima de las capacidades cognitivas de los humanos (nos hemos convertido, cual personajes borgianos, en Funes desmemoriados incapaces de retener toda la información que recibimos a través de nuestras múltiples pantallas personales).



Los sistemas multimedia han forjado un caleidoscopio del tiempo en donde todos los momentos históricos pueden estar interactuando simultáneamente, de tal manera que la percepción y la experiencia virtual se vuelven sincrónicas y, por tanto, desprovistas de profundidad temporal. Esta es una característica decisiva de nuestra tecnocultura que moldea tanto la conciencia común como las prácticas de las tecnociencias. La sociedad de la información yuxtapone tiempo y espacio, evolutivo e histórico; se proclama que ya nada tiene origen natural o que finalmente todo forma parte de la naturaleza o más bien que todo ya ha sido producto de la acción técnica (¿y qué diablos importa si podemos reconfigurarlo a nuestro antojo?), todo acontece mediante la producción (bio)tecnológica que permite intercambiar genes entre especies que evolucionaron no sincrónicamente y en ambientes muy diferentes. Asistimos a la realización de la utopía de la sincronicidad atemporal donde el tiempo no discurre. Lo mismo sucede en la visión multiculturalista superficial y relativista de la publicidad comercial y de los discursos políticamente correctos.

En la sincronicidad omnívora también se puede combinar todo: la economía capitalista con el desarrollo ecológicamente sostenible (el imposible capitalismo “verde”), la dictadura comunista con el mercado libre (como en China), el discurso de la tolerancia democrática con la homofobia y la misoginia (el de todas las derechas conservadoras del mundo); así también se puede decir que la energía nuclear es limpia, además de eficiente, pues los accidentes tecnológicos más graves de la historia, como Chernobyl o Fukushima, son eventos de un pasado que nunca aconteció, ya que han dejado de estar presente en nuestras pantallas y, por ende, en nuestra memoria colectiva. Solo hace falta limpiar la red de registros fotográficos o videográficos para que todo el mundo lo olvide, solo hay que quitar del caché de la historia toda la basura digital que no cabe en nuestros discos duros o en las nubes de los servidores. En la sociedad global de la información, riesgo que no es visto en directo no es creído ni temido, todo sucede y acaece para desaparecer de inmediato, nada permanece en la memoria colectiva, todo fluye como el *panta rei* del río heraclítico. En la sociedad del tiempo atemporal no hay conciencia del riesgo ni precaución que valga, aunque ya hayamos sufrido las consecuencias de nuestra irresponsabilidad o incapacidad de prevención, como sucede con los desastres causados por el cambio climático.



Y, sin embargo, miramos obsesivamente en el pasado reciente para rehacer, para reinventar, para reproducir aquellos clásicos de la cultura popular, la moda, la música e incluso también para repetir los movimientos sociales que marcaron época, como aquellos de 1968, año en el que el mundo se estremeció por la movilización de jóvenes que reaccionaban y se rebelaban contra el autoritarismo, la represión y la violencia de sus padres, de sus maestros y de sus políticos. ¿Acaso 2018 será, otra vez, *el año en que viviremos en peligro*, debido a que necesitaremos repetir los movimientos del 68, guiados por nuestros mitos, nuestras desesperaciones y, finalmente, por nuestra incapacidad para entender y para controlar el mundo tecnológico que hemos construido?

Era impensable en el pasado reciente un hecho histórico no localizable en su aquí y su ahora. Porque no ocurría lo mismo en un lugar y en otro del planeta al mismo tiempo; es decir, la historia era la diversidad de las experiencias humanas solo porque la humanidad había existido en mundos diversos en donde no se podía experimentar lo mismo, porque no sucedía simultáneamente (simplemente no había modo de saber lo que ocurría al otro lado del planeta). Pero las nuevas tecnologías de la información han logrado el surgimiento de un mundo en donde cualquier individuo en cualquier sitio del planeta puede observar los mismos sucesos. La historia se ha vuelto un espectáculo en vivo y en directo, es ahora un tragicómico *reality show* que miramos con atención voyerista, en donde no participamos, solo somos espectadores distantes, aunque involucrados, de lo que acontece día a día, si es que nos llama un poco la atención. Así pues, el tiempo en red se vuelve tiempo único e indiferenciado. Este acontecimiento puede trastocar radicalmente el mundo de la vida y sus consecuencias, aunque aún inciertas y ambiguas, pueden ser tan peligrosas como deslumbrantes.

## §9. LÍMITES Y PROBLEMAS DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Uno de los problemas éticos cruciales y más controvertidos en la sociedad informacional es la necesidad o viabilidad de fijar límites (ética y jurídicamente) a la libertad de expresión y circulación de las ideas, imágenes, memes e informaciones (confidenciales, privadas o secretas). La libertad de



expresión supone no solo la libertad de opinar y publicar, sino también el libre acceso a la información y la libre circulación de datos e ideas. La idea de una red mundial libre (en el doble sentido de abierta a todos y gratuita) parece una utopía inconveniente, puesto que pone en riesgo la confidencialidad y la privacidad de la información personal, y deja sin regulación la circulación de información e ideas “peligrosas” o “dañinas”, al menos, para una adecuada y pacífica convivencia social. La pregunta crucial es: ¿todos los contenidos digitales y todas las ideas deben ser igualmente accesibles en internet, en las redes sociales y/o en otros medios de comunicación? ¿Existen restricciones válidas impuestas por los Estados a la circulación de imágenes, ideas, datos? ¿Cómo debe protegerse la identidad, la privacidad y la confidencialidad de la información personal?

En mayo pasado [2017] *Citizen Lab*, en la Universidad de Toronto, demostró en un estudio algo sorprendente: los *hackers* rusos que han filtrado información a medios de comunicación para difundir secretos y material robado ahora mezclan material apócrifo dentro de lo que comparten. Entiéndase: presentan documentos a los medios, comparten su procedencia y se los dejan. Pero dentro de la filtración hay contenido falso. Y salvo que el medio tenga muy buenas conexiones o los mejores investigadores del mundo, cada día es más difícil saber qué es verdad y qué es mentira. Estos *hackers*, en contra de lo que se piensa, no son ejércitos coordinados con uniformes y rangos encuartelados en una base militar perdida en Siberia. Son jóvenes, algunos incluso menores de edad, con acceso a internet, con habilidades no necesariamente sobresalientes de programación y dispuestos a hacer trabajo sucio por salarios ínfimos. Poco o nada se sabe sobre sus identidades o sobre sus contactos gubernamentales. Luchar contra ellos es imposible, pues son sombras conectadas a una red (Illades, 2017: 2365-2369).

Bien sabemos que la red ha sido empleada para fines constructivos y benéficos para la sociedad, pero también de manera muy eficiente por el crimen organizado, grupos terroristas y comunidades de odio. El régimen nazi hizo alarde del uso propagandístico de los medios de su época: la prensa, la radio y el cine. Durante el genocidio de Ruanda en 1994, la radio oficialista Mille Colline desempeñó un triste papel protagónico para incitar y organizar la ma-



sacre de la población tutsi a manos de la mayoría hutu. Actualmente existen una multitud de sitios neonazis, negacionistas del Holocausto, y otras ideologías xenofóbicas y racistas que incitan al odio y la violencia étnica. Internet también ha potenciado la difusión y la distribución de comunidades virtuales de odio cuyas acciones y efectos no son precisamente virtuales. El ciberespacio se ha vuelto –en gran medida– tierra de nadie y ello ha favorecido que organizaciones criminales lo utilicen con bastante impunidad. ¿Es el precio que hay que pagar por la descentralización del conocimiento, por la utopía de la sociedad en red?

Es razonable que existan censuras, ordenadas jurídicamente, sobre contenidos que conciten el odio racial, que propaguen ideologías que atenten contra los derechos humanos (o que inciten a ello) o que tengan por blanco algún grupo poblacional (minorías vulnerables principalmente). Asimismo, un problema central para la consolidación de la sociedad del conocimiento está en el combate a las redes de actividad criminal, desde el narcotráfico y el terrorismo hasta la pederastia y el tráfico de personas. No obstante, los límites de la censura y de la libertad de difusión de informaciones en la red no son claros, pues en cuanto se introducen estas restricciones surgen dudas sobre su límite y sobre si los Estados deben tener o no el poder de intervenir para coartar la mera expresión, en principio, de las ideas y las imágenes puestas por las personas.

Ahora bien, no solo habría que vigilar los sitios y las redes que tienen una finalidad criminal o que incitan al odio racial y a la violencia, también existe una multiplicidad de sitios web de desinformación intencional. Internet y las redes sociales han propiciado la difusión de rumores y de nuevos mitos de la cultura popular; son nuevos medios de desinformación. Nos hemos acostumbrado a que los medios electrónicos de comunicación tergiversen los hechos, sean imprecisos y se precipiten en validar informaciones no confirmadas (vivimos en el mundo de la “información virtual”, en el pleno sentido). Los medios de mayor alcance (la TV e internet, principalmente) saturan cada vez más la información y censuran y filtran algunos datos, informaciones o imágenes “indeseables”. Se han convertido en censores sociales, con o sin la presión de los gobiernos de turno. El hecho es que en la sociedad informacional existen las condiciones propicias para que se incremente el nivel de desinformación



malintencionada y de usos criminales de la red mundial de las telecomunicaciones, además de la censura política que aún ejercen de manera abierta como práctica normalizada, en nombre de la seguridad nacional, algunos Estados como China, Irán, Corea del Norte, Turquía, Rusia, Cuba o incluso EE. UU. Las democracias occidentales, so pretexto de la seguridad nacional, también comienzan a restringir los derechos ciudadanos y a vigilar cualquier actividad “sospechosa”.

En la sociedad informacional la controversia se intensificará en torno a cuál debe ser el límite de la libertad de expresión, y si debe o no haber restricción para algún tipo de contenido en los medios tradicionales o en los electrónicos. Desde una perspectiva liberal, como la que sustenta el argumento clásico de John Stuart Mill en *On Liberty* (1859), la libertad de expresión no debe tener ninguna restricción. Solo el contraste público de las opiniones puede hacer que la sociedad discierna entre la falsedad y la verdad, la utilidad y la peligrosidad. Si se prohíben *a priori* opiniones aberrantes o falsas con el argumento de la protección contra un peligro, una sociedad se dogmatiza y pierde la capacidad de crítica y de disposición a la búsqueda de la verdad. Sin embargo, este argumento liberal ha posibilitado el abuso y la manipulación de los medios de información para lograr que personajes como Donald Trump se haga con el poder de la nación más poderosa del mundo. Trump es uno de los presidentes más abiertos y descaradamente mentirosos y mendaces, y, además, gobierna basándose en mucha información distorsionada y sin hacer caso a las agencias federales de seguridad o de información científica (Illades, 2017).

Sin embargo, la distinción entre la mera opinión de odio y la acción violenta es muy difusa. Peter Singer, uno de los más reconocidos filósofos en la bioética, basándose en las tesis de Mill, sostuvo en un artículo periodístico que es injustificable “criminalizar” una opinión por falsa o malévolas que sea, como negar que el Holocausto haya tenido lugar (Singer, 2016). En cambio, sostenía Singer, lo que amerita censura serían las imágenes o quizá descripciones lingüísticas de actos criminales, por ejemplo, de los pederastas. No obstante, una opinión malintencionada que niega un crimen de lesa humanidad o que el cambio climático no es de origen antropogénico es más que una simple opinión: es un acto que violenta derechos de otras personas (el dere-



cho al conocimiento y el discernimiento de la verdad), y se puede considerar que provoca un daño en las víctimas. Si se permiten esas opiniones se deja el mensaje de que esos asuntos no importan, que en la sociedad de la información todas las ideas y opiniones están en el mismo nivel. Este es un riesgo constante: la uniformidad y neutralización de toda información que viaje por las redes, provocando cierto efecto de indiferencia o de extrema relatividad moral.

Por otro lado, otros dos fenómenos que se han exacerbado en la sociedad de la información se convierten en temas éticos de primer orden: la disolución de fronteras entre lo privado y lo público, y la capacidad de los Estados (o de las empresas como Facebook) para vigilar y extraer información singular de las actividades y las opiniones, los gustos y las ideas de la población, y utilizar esa información para otros fines<sup>5</sup>. La sociedad informacional se ha convertido en una sociedad de la vigilancia mundial al estilo de la novela *1984* de Orwell. El ciberespacio es un mundo inseguro en el que cualquiera puede sufrir daños a su patrimonio, ser víctima del fraude digital, padecer el robo de su identidad y quizá ser inculpado falsamente de un crimen. ¿En qué debe consistir el derecho a la privacidad en la sociedad informacional? ¿Quién y cómo debe garantizar la seguridad informacional en este entorno global y distal? La subjetividad en el mundo de las redes sociales se revela, al fin y al cabo, tan frágil y vulnerable, tan solitaria y dependiente, tan llena de saberes y desconocimientos, como siempre lo ha sido.

## §10. CONCLUSIÓN

Günther Anders, así como otros filósofos que he denominado en otro libro los “anunciadores del peligro mayor” (Linares, 2008), comprendió que el poder incontrolable de la modernidad tecnológico-industrial es una característica esencial, y que, por tanto, están necesariamente vinculados sus triunfos positivos y benéficos con los posibles efectos destructivos y catastróficos.

<sup>5</sup> El caso de la empresa de consultoría política Cambridge Analytica, que obtuvo cinco millones de datos personales de Facebook para fines de manipulación en campañas políticas, lo confirma.



Pero ¿en qué consiste lo peligroso de la situación existencial en la que nos ha colocado la revolución tecnológica informacional? Decía Anders que ya no somos agentes de la historia, sino meros “colaboracionistas” de los acontecimientos, tanto de los más benignos como de los más terribles y siniestros. Las acciones humanas, tanto en el ámbito productivo como en todos los demás campos de la actividad social, se comprimen a una mera colaboración abstracta, fragmentada, que no percibe los fines y las consecuencias de sus acciones, y que no se responsabiliza por ellas, cuando son ostensiblemente negativas, como cuando alguien se ha suicidado víctima del acoso digital.

El peligro de la pérdida de autonomía, de responsabilidad y de valentía para enfrentar todas las formas de opresión y totalitarismo comienza cuando los medios tecnológicos se han convertido en el medio eficaz para la vigilancia, la intromisión y la destrucción de la privacidad. Se ha impuesto una nueva forma de totalitarismo, que no depende de cómo usa un régimen estas tecnologías para espiar, vigilar y castigar, sino porque, en cuanto todo el mundo los usa de esa manera, refuerza la base misma de todo sistema social totalitario, en el que no caben la diversidad, la verdad y las formas plurales de vida.

Anders caracterizó nuestra civilización tecnológica mediante el fenómeno del “desfase prometeico”. La causa ontológica del desfase entre lo que somos capaces de producir y lo poco que podemos comprender y, por ende, asumir responsabilidades, reside para Anders en el predominio de una modalidad de trabajo instrumentalizado y de acción maquinal, privado de autorreflexión moral, en las actividades humanas de mayores consecuencias para la sociedad o para la naturaleza.

El diagnóstico andersiano de la obsolescencia del hombre se concentra en tres tesis: *a)* el ser humano no está a la altura de sus propias producciones tecnológicas, *b)* lo que producimos y lo que podemos hacer técnicamente excede nuestra capacidad de representación e imaginación y, por ende, nuestras responsabilidades individuales, y *c)* no somos capaces de reconocer esta nueva situación histórica porque hemos perdido la habilidad de comprender los efectos del poder técnico que ahora detentamos. Nos hallamos es un estado colectivo de inconsciencia y “ceguera” ante la posibilidad de la deformación de la condición humana, lo cual acrecienta ese desfase. La transformación de



la subjetividad en las redes sociales del mundo informacional es un fenómeno de la obsolescencia humana.

... “pastores de ser”, como Heidegger nos situó, de manera aún muy bíblica, es decir, antropocéntrica, de esa manera sobrevaloró con desmesura el “puesto del hombre en el cosmos” (que no se preocuparía lo más mínimo de si aún estamos ahí o ya habremos desaparecido); no, ciertamente no somos “pastores del ser”. Nosotros nos consideramos más bien pastores de nuestro mundo de productos y artefactos que, por más que sea más imponente que nosotros, nos necesita como siervos (por ejemplo, como consumidores o propietarios). Claro que, nosotros, los guardianes de los artefactos, nos abstenemos generalmente de expresar o incluso sólo de pensar en silencio esta idea nuestra, la idea clave de nuestra época, de que nuestros productos son ontológica y axiológicamente superiores a nosotros mismos, los seres humanos (Anders, 2011b: 281).

Así pues, la principal causa de nuestra corta visión y de nuestra pasividad ante las ambivalencias más peligrosas del mundo informacional es lo que Anders había concebido como “desfase prometeico”. El problema consiste en que las facultades cognitivas (el pensar, representar, sentir, el responsabilizarse, el actuar mismo) ya no están a la altura del poder tecnológico de nuestros dispositivos informacionales. Cada una de nuestras facultades tiene ciertos límites naturales, pero no solo no somos capaces de representarnos lo que posee enormes dimensiones sobrehumanas, sino también somos casi incapaces de recordar los graves efectos de nuestras acciones pasadas más terribles.

Lo preocupante es que no seamos incapaces de imaginar y de sentir los efectos que producimos con nuestra acción. Este es, pues, el desfase o discrepancia entre el sentir y el hacer que ha conducido al individuo moderno a una auténtica esquizofrenia. Lo que resulta desconcertante es la irrelevancia de las consecuencias de los actos individuales. Por ello, proclama Anders (2011a) que la “única tarea moral decisiva de ahora consiste en educar la imaginación moral”. Esto significa intentar superar el desfase para ajustar las capacidades y la “elasticidad” de nuestra imaginación y de nuestros sentimientos a la desproporción de nuestras propias acciones, mientras todavía sea posible.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anders, G. (2011a). *La obsolescencia del hombre, (Vol. I). Sobre el alma en la época de la segunda revolución industrial*. Valencia: Pre-textos.
- Anders, G. (2011b). *La obsolescencia del hombre. (Vol. II). Sobre la destrucción de la vida en la época de la tercera revolución industrial*. Valencia: Pre-textos.
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Briggs, A., y Burke, P. (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus.
- Broncano, F. (2009). *La melancolía del ciborg*. Barcelona: Herder.
- Broncano, F. (2012). *La estrategia del simbiote. Cultura material para nuevas humanidades*. Salamanca: Delirio.
- Castells, M. (2000). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura (Vol. I)*. México: Siglo XXI.
- Echeverría, J. (1999). *Los señores del aire, telépolis y el tercer entorno*. Barcelona: Destino.
- Echeverría, J. (2000). *Un mundo virtual*. Madrid: Plaza y Janés.
- Echeverría, J. (2003). *La revolución tecnocientífica*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Floridi, L. (2014). *The 4th Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*. Oxford: Oxford University Press.
- Han, B.-C. (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- Han, B.-C. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Barcelona: Herder.
- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- Han, B.-C. (2014). *Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder*. Barcelona: Herder.
- Han, B.-C. (2017). *La expulsión de lo distinto*. Barcelona: Herder.
- Harari, Y. N. (2016). *Homo Deus. A Brief History of Tomorrow*. London: Harvill Secker.



- Ihde, D. (2002). *Bodies in Technology*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Ihde, D. (2010). *Embodied Technics*. Automatic Press.
- Illades, E. (2017). *Fake news. La nueva realidad* (Kindle ed.). México: Grjalbo.
- Levmore, S., y Nussbaum, M. C. (eds.) (2010). *The Offensive Internet. Speech, Privacy and Reputation*. Cambridge, MA.: Harvard University Press.
- Linares, J. E. (2008). *Ética y mundo tecnológico*. México: FCE/UNAM.
- Mosterín, J. (2006). *La naturaleza humana*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Müller, C. J. (2016). *Prometheanism. Technology, Digital Culture and Human Obsolescence*. New York: Rowman & Littlefield International.
- Nicol, E. (1974). *Metafísica de la expresión* (segunda versión ed.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Olivé, L. (2007). *La ciencia y la tecnología en la sociedad del conocimiento: ética, política y epistemología*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Rainie, L., Y Wellman, B. (2012). *Networked. The new social operating system* (Kindle ed.). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Riechmann, J. (2016). *¿Derrotó el smartphone al movimiento ecologista?* Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Rosenberger, R., y Verbeek, P.-P. (2015). *Postphenomenological Investigations: Essays on Human-Technology Relations*. Lanham, Maryland: Lexington Books.
- Sapolsky, R. M. (2017). *Behave: The Biology of Humans at Our Best and Worst*. New York: Penguin Press.
- Schwab, K. (2016). *The Fourth Industrial Revolution*. Geneva: World Economic Forum.
- Singer, P. (2016). *Ethics in the Real World. 82 Brief Essays on Things that Matter*. Princeton: Princeton University Press.
- Spinoza, B. (2015). *Ética demostrada según el orden geométrico (en Spinoza, Biblioteca de Grandes Pensadores)*. Madrid: Gredos.
- Van Mensvoort, K., y J. G. Hendrik. (2011). *Next Nature. Nature changes along with us*. Amsterdam-Barcelona: Actar.

