

# **LA MATERIALIDAD DE LOS MEDIOS EN LA GALAXIA ZUCKERBERG**

**POR DIEGO GERZOVICH Y DANIEL MUNDO**

**Diego Gerzovich.** Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Buenos Aires. Profesor en la misma universidad y en la Universidad Nacional de Moreno de Teorías de la Comunicación e Historia de los Medios. Autor de libros y artículos sobre la Escuela de Frankfurt y la obra de Walter Benjamin. Actualmente dirige seminarios y grupos de investigación sobre temas de medios, tecnología y cambios civilizatorios en la Era de la Información.

**Daniel Mundo.** Doctor en Ciencias Sociales (UBA) y magíster en Filosofía de la cultura (UNSAM). Profesor del Seminario Informática y sociedad. Perteneció al grupo editor de la revista *Artefacto*. Autor de libros y artículos de análisis cultural y político. Dicta seminarios y dirige grupos de investigación sobre medios, sexualidad y tecnología en la cultura digital.



No estaremos a la altura de la tarea ni de estos tiempos si no aceptamos en primer lugar el estado de paralización en que se encuentra el Proyecto Humano. Denominamos Proyecto Humano a aquel proveniente de la tradición iluminista, cuando el hombre se plantea sostener relaciones radiales y de dominio con la naturaleza y los objetos artificiales que lo rodean.

Antes de comenzar, es conveniente fijar, a partir de una discusión teórica, una filiación académica: hace treinta años, cuando las carreras de comunicación social comenzaban a instituirse en Latinoamérica, la disputa se entablaba entre el concepto y las prácticas de la comunicación, y el concepto y las prácticas de la información. Las posturas que defendían la comunicación eran humanistas y progresistas; las informacionales eran tecnofílicas y alienantes. Formamos parte de una tradición académica equívoca. Tan sólo el recuerdo de esas discusiones da cuenta de la desorientación que atravesábamos sobre lo que estaba ocurriendo en el mundo de las tecnologías de la comunicación, la información y la vinculación de masas. En la polémica entre esas dos experiencias, y a pesar del ciclópeo esfuerzo reactivo de las instituciones intelectuales, ya sabemos quién ganó la batalla. Nosotros partiremos de un prejuicio: ese mundo de la comunicación como práctica de la comunión, del tête à tête o face to face, del encuentro y del legado, de la paciencia, el afecto y el amor eterno, se convirtió en la utopía de un marco teórico que quedó o está a punto de quedar descatalogado. Tal vez nos gustaría todavía abogar por un ser humano comprensivo y cuidadoso: parece una guerra perdida, una pérdida de tiempo que sólo entenderían los iniciados en afectos esotéricos. Suena lindo, el progresismo festeja salidas como éstas; debemos evitar caer en la trampa una vez más. Por ello creemos imprescindible repensar los medios desde el primer aporte teórico/práctico de peso para comprender la sociedad mediática, la Teoría Cibernética de la Información, y uno de sus discípulos más díscolos: Marshall McLuhan. El resto de las teorías de la comunicación o información que se elaboraron en el siglo pasado toman consciente o inconscientemente a los medios como meros mediadores entre actores humanos, siendo lo único importante del proceso las interacciones y los intercambios entre estos actores. Wiener y Shannon constituyen los primeros investigadores que elaboran un plan en el que el ser humano ya no constituye el principio y el fin de

la comunicación, sino que simplemente funciona como una variable regulatoria, o en términos de Gilbert Simondon, un relé de los medios de información y comunicación. McLuhan tomará la posta y construirá, a su manera ecléctica, la primera Teoría Auténtica de los Medios de Vinculación de Masas. McLuhan no llegó a conocer la “revolución digital” que transformó para siempre el universo mediático a través del cambio en la tecnología de la codificación de la información. De una galaxia en la que la información se creaba, acumulaba y transmitía de forma analógica pasamos irremediablemente a un multiverso en el que la información se codifica de modo digital. La digitalización de la información no sólo aumenta exponencialmente su potencia de creación, circulación y acumulación; también llega a organizar una realidad propia, independiente. A esa realidad le damos el nombre de realidad virtual (RV).

Pensamos los medios digitales en un marco histórico-filosófico. Filosofía de la historia de los medios. Los medios se hacen cargo de su historia. Parece una antigualla, pero de esto se trata. Asistimos a su interacción con los medios heredados de la sociedad de masas; pero también como hibridaciones monstruosas con la oralidad, la escritura ideográfica y alfabética, el libro, la fotografía, el grabado, el cuadro de caballete... Convivimos con una enorme renovación del stock de medios a disposición del diálogo, quizás comparable al siglo XV; pero los sentidos distan del entusiasmo de un Renacimiento universal: el espejo del presente nos pone sin cesar ante la imagen de una catástrofe inminente... una catástrofe registrada en selfies.

Internet es el medio donde corren las aplicaciones, máquinas sin forma cuya paradójica función es ordenar a su manera el vínculo entre nosotros y con otras aplicaciones maquínicas, en ese entramado de células, tripas y bits denominado “mundo”. Mundo natural y mundo social: es la clasificación de la escuela actual, como sustitutos de las ciencias sociales y naturales. Objetos de estudio, nuestros entornos han sustituido en la educación básica a las ciencias modernas. Triunfo eco-lógico. ¿Y el mundo virtual? Impurezas, híbridos sin fantasías deshollinadoras. Hasta que no aceptemos que la RV es tan real como la realidad real (RR) no podremos comprender la mediamorfosis (Findler) general que estamos viviendo. Todo lo sólido se materializa en bits.

Ni una historia tradicional de los medios, entonces, ni tampoco una historia anacrónica de ellos: una historia viva en la que el historiador trabaja con el pasado generando, a la vez, una tensión con ese pasado que no está detenido en una postal sino que continúa actuando en cada instrumento que pretende enterrarlo, anularlo o domesticarlo.

Las fantasías robóticas del pasado reciente, tipo años 80 del siglo pasado, fueron demasiado antropomórficas; nuestros robots no tienen forma, cumplen órdenes, están entre nosotros. ¿Somos nosotros? Aplicaciones planas en alta definición pero no tridimensionales; no hace falta. Quizás la crisis del cine se decline hoy en sus juguetitos 3D. Un lujo innecesario.

Las aplicaciones son formas primordiales, Internet es el mensaje entorno. Estamos codificando por primera vez en la historia nuestro medio ambiente. No estamos ante el paradigma, sino ante la paranoia de Lasswell. Ya no la paranoia de las masas informes e inmanejables, sino la de cada individuo multitudinario ante la masa de datos en la que se transforma hora tras hora.

¿Qué deseo juega la máquina ante la masa de datos que ofrecemos/somos sin cesar? ¿Cuál es nuestra cuadrícula en esta planicie de aplicaciones deseosas de información, nuestros datos? Quizás el modelo paranoico del presente no sea otra imagen que la de la fantasía del deseado: alguien allá afuera me desea. Narcisos de ceros y unos.

No sólo nos interesan los contenidos intercambiados en esos medios. La aplicación es el grado máximo de contenidismo que estamos dispuestos a soportar. Pero si sólo estuviéramos interesados en contenidos (las apps), los medios perderían en nuestra teoría su singularidad y volverían a ser lo que siempre fueron para las Ciencias de la Comunicación, meros medios/soportes invisibilizados que transmiten una información de un lugar y un tiempo determinado a otros; nos importan también el precio de sus acciones en la bolsa de comercio, el valor de "lo nuevo" en un mundo en constante cambio, la miniaturización y la portabilidad de los aparatos, las fusiones mediáticas y también su declive, muerte y reemplazo por un "nuevo" medio. Nos interesan los medios como formas, en su carácter cósmico. El medio como un actor en evolución. ¿Y los seres humanos? Concebir a cada nodo de esa evolución mediática como un punto conflictivo de intereses y deseos, un espacio/tiempo en el que perspectivas teóricas distintas ponen su foco en uno u otro material. Hasta aquí una especie de arqueología de los medios.

Las aplicaciones son el contenido de Internet. Su ser social. Su historia social. La historia social de los medios virtuales será la historia social de las aplicaciones. Nuestra biografía más íntima está siendo escrita en una lengua que no entendemos. Creadores anónimos. En el futuro, serán los Shakespeare, Cervantes, Botticelli, Nadar, Van Gogh, Hitchcock, Coppola, Lynch, creadores de aplicaciones-monstruo que conectan una célula cerebral con millones y millones de imágenes archivo que pueblan la imaginación del hombre común. ¿En qué punto se integra hoy lo celular

con la materialidad? ¿Los tumores son tangibles? ¿Cuál será el material ingenieril a partir del cual la información-bit podrá sumarse punto a punto con la información neuronal?

Toda fantasía del futuro se sostiene, por un lado, en la certeza del error, sabemos de nuestra carencia formativa e informativa y así transcribimos nuestra imaginación prospectiva; por otro, en la certeza alegórica, todo futuro será cadáver-calavera. Y así, nos convertimos en fabricantes en serie de diagnósticos inciertos.

Cada aplicación para el entorno virtual (RV) fue creada por algún grupo de emprendedores ubicado en algún territorio histórico. El genoma de nuestros celulares lleva los domicilios de cada uno de los creadores de las aplicaciones que sostienen nuestro teléfono como bien de uso. Pero esas aplicaciones (contenido) dicen muy poco de nosotros desde nuestra filosofía de los medios: somos portados como civilización por Internet. Internet, a fin de cuentas, una mera forma, una red. Es ella la que lleva bien guardados nuestros secretos. Si el libro preparó a sus consumidores y usuarios para vivir y trabajar en el capitalismo mecánico-industrial; ¿qué formato humano producirán la televisión e Internet? La psique y el cuerpo están mutando.

Somos historiadores, también. En el sentido de una teoría general de los medios: ¿qué maza del presente permite excavar mejor en los experimentos cronofotográficos de Marey o Muybridge? Internet y sus robots planos nos acompañan a las ciudades asirias en busca de la escritura cuneiforme. Internet y sus robots planos funcionan a contrapelo para auscultar el pasaje de Homero a Platón, de la oralidad a la escritura alfabética, entre los papeles de Eric Havelock y Giovanni Reale. Internet y sus robots planos se inscriben así en nuestra teoría general de los medios. Unidos de nuestro presente, salimos de viaje hacia lo histórico y lo pre-histórico; de cada viaje surge una arqueología, porque se trata de hacernos cargo de cada fragmento de pasado que pugna por resquebrajar la falsa planicie HD de las aplicaciones de lo actual.

En efecto, somos un equipo en fase de elaboración de una Teoría General del Medio no antropocéntrica.

Ante el ejercicio culturalista repetido de apostar por el uso humano o social de los medios, las leyes estatales/comerciales de radiodifusión, la recepción en cuanto a efectos de contenido, o la historia de los géneros mediáticos (desde las radionovelas hasta los blogs), nuestra investigación trabaja sobre el susurrante lenguaje de las cosas, como enseñaba el viejo fotógrafo inglés Henry Fox Talbot cuando se refería a la luz solar a la que se abre el objetivo: "permite que las cosas se

muestran ellas mismas". Esta sencilla afirmación de Fox Talbot funciona para nosotros como un rígido programa epistemológico. Estamos atentos al lenguaje de los medios, pero en cuanto a su carácter de cosa, "con su vida unificada y autónoma por fuera de sus relaciones, accidentes, cualidades y momentos".

Los medios tienen su historia, por supuesto. Esa historia, arriesgamos, puede estructurar a su modo la historia humana. Pero esa relación puede deconstruirse si se tiene un enorme respeto y delicadeza por el mundo y el lenguaje de esas cosas. Usamos la siguiente analogía: para nuestras sociedades plenamente alfabetizadas resulta de una enorme dificultad leer lo dicho y expresado en lenguajes pre-alfabéticos. Se trata de verdaderos jeroglíficos. Así nos plantamos ante el mundo cósmico de los medios.

Quizás McLuhan haya sido un adelantado. Con todos los problemas que implica "adelantarse a su época". Su voz nos llega de cerca y de lejos a la vez. En cuanto nos acercamos a su comprensión, se nos escapa. Quizás en la filosofía de los medios estemos en un momento cartesiano. Un principio. Quizás estemos casi listos para escuchar los acordes McLuhanianos de la eternidad...

Una lectura superficial de nuestro trabajo podría interpretar que nos proponemos una historia de los medios de comunicación humanos, desde la oralidad hasta Internet. Pero esa historia no consistirá en una sucesión de aparatos y máquinas que progresan hasta culminar en algún multimedio que los aúne a todos. De alguna manera leeremos la historia desde su "culminación", desde nuestro futuro-presente. El objetivo o el lente por medio del que enfocaremos ese pasado creará una "imagen dialéctica" que aunará el pasado a indagar con el más radical presente, el presente obvio de los medios digitales. Nuestro atalaya es Zuckerberg. Él revive toda una tradición "olvidada" que llega hasta las cuevas de Lascaux e incluso más lejos: es el sueño de la comunidad. Estamos, por supuesto, atentos a la particularidad de cada medio, pero siempre con el objetivo de comprender lo que está sucediendo con Facebook, con Instagram, con Twitter, con Tinder, etcétera. De ahora en más, una comprensión de los multimedios desde el futuro, como si este presente que tanto nos cuesta reflexionar ya formara parte del pasado (basta pensar la caterva de nombres que le damos a esta Era para diagnosticar nuestro grado de incompreensión; muchos de esos nombres no sólo están en discusión crónica, muchos remiten a realidades que no existen). Lo fluido de nuestro presente obstaculiza la quietud necesaria del trabajo crítico. Nuestra época es la del objeto desenfocado. Nunca encontramos la distancia justa. No la hay. Cuando tenemos la impresión de haberla encontrado,

debemos cambiar el enfoque, variar la perspectiva y así, en la mirada caleidoscópica, se pierde para siempre el sostén de las ciencias sociales modernas: la perspectiva teórica, la profundidad de análisis, la palabra justa.

Denominar, por ejemplo, a nuestra sociedad “Sociedad de la Información” nos exige investigar a fondo y elaborar lo que constituye la información. La información no es sólo lo que un medio transporta o transmite; la información encarna una de las materias con la que están hechos los medios de información, comunicación o vinculación de masas. Pero entonces, ¿qué es un medio? ¿Qué es un medio de comunicación o de información o de vinculación de masas? No nos alcanza decir que son “extensiones” humanas. Son individuos en devenir que están empezando a usar a los humanos como plataformas de despliegue o desarrollo. Nosotros, los humanos, queremos detener este proceso, pues adivinamos el peligro, olemos el miedo. El problema es que los artefactos técnicos en general y los medios de información en particular han tomado la delantera, y nosotros sólo reaccionamos a sus impulsos o excitaciones. Somos reactores en masa. Aunque sea una especie de juego, a nosotros que, como resulta inevitable, tanto nos complace el perspectivismo y multiplicar los puntos de vista, debemos esforzarnos y pensar la historia desde los medios, como si los “medios” dejaran de mediar o propiciar mediaciones y fueran lo que son, individuos o máquinas de individuación “vivos” en proceso de evolución.

Aquí se abre una gran cantidad de sendas por donde recorrer el devenir mediático de la sociedad posmoderna (la llamamos posmoderna para generar resquemores, pero podríamos denominarla de diferentes maneras: sociedad mediática, tardocapitalista, posdisciplinaria, posfordista o posindustrial, de la comunicación, de la información, digital, etcétera). Es en el sexo y la sexualidad donde el medio encuentra uno de sus núcleos significativos. El sexo y la sexualidad no sólo fueron el Objeto privilegiado del siglo XX, su obsesión, el fundamento de nuestra identidad y también el gran abracadabra que había que resolver para volverse normal o anormal. El sexo y la sexualidad son también la cifra del mundo que está adviniendo. Debemos encararlos de frente y no mirarlos por el espejito retrovisor. La liberación de la representación de la sexualidad –que no es lo mismo que la liberación del sexo: más bien podría interpretarse como la inauguración de un nuevo tipo de sexualidad, y con él de un nuevo tipo de ser humano, de un ser post, trans o infrahumano (las malas traducciones de Nietzsche eligen el término “Superhombre”)– da cuenta de la transformación social y política radical que se estaba viviendo en esos años. Nosotros consideramos a todas estas

transformaciones o “liberaciones” como signos de un acontecimiento incluso más importante. Hace más de un siglo Nietzsche sentenciaba en una tristemente célebre fórmula “la muerte de dios”. Para nosotros el fin de la era metafísica, que la formula anunciaba, recién se concretó con el traspaso del código de registro analógico al digital. Pero ¡ajo! La RV, el multiverso digital, cada una de las características del ser mediático pende de un hilo, el fino hilo de la electricidad. El siglo XX fue el siglo del programa de desmontaje no sólo de la metafísica sino de la sociedad y la estructura mental que la metafísica traía consigo. La trampa reside en que todavía debemos recurrir a esa estructura para poder reflexionar sobre las condiciones de existencia en la sociedad de masas posmetafísica.

Con el fin de la metafísica termina una era demasiado humana de por lo menos dos mil quinientos años, pero no termina el régimen capitalista. Termina una estructura mental cuyo medio hegemónico era el libro, pero no termina ni la producción masiva de libros (más bien ésta se multiplica exponencialmente) ni las condiciones económicas y sociales que la producción de libros en particular, y la producción de cualquier mercancía en general, implican. Sólo que esas condiciones de producción, circulación y consumo también cambian. A este estadio del capitalismo nosotros también le damos el nombre de Capitalismo Afectivo, porque hace del afecto la última mercancía a producirse y consumirse masivamente. El Capitalismo Afectivo, cuyo modo de vincularse es a través de alguna modalidad del código digital (nuestra corporalidad, la materia de nuestra carne, también se procesa digitalmente), conoce un despliegue de vinculación y registro sólo limitado por la capacidad tecnológica, es decir, ninguna ética ni ninguna intencionalidad humana pueden jugar algún rol más o menos relevante a la hora de decidir el destino de la deriva tecnológica. Es en este sentido que habría que considerar al ser humano como un relé o una plataforma de despegue, de aceleración o ampliación de la vinculación mediática que se está llevando adelante. Y este ser poshumano que por costumbre antropomórfica seguimos imaginando semejante a nosotros tiene un sexo. ¿Un sexo? Una multiplicidad de sexos. Una serie de sexos. A este conjunto abigarrado de sexos que somos llamamos porno. Y la ciencia que lo investiga se denomina Pornología. Así, la Pornología es un capítulo fundamental de nuestra Teoría General del Medio desde el momento en que el sexo en general y los vínculos y afectos en singular organizan el quiasma o interfaz entre los medios y sus usuarios o espectadores.

Se trata de recorrer el arco que va de la “preparación cultural” que fue necesaria para llegar a nuestra sociedad mediática y mediatizada, y que llega hasta el diagrama del perfil de un

ente futuro que sólo se concebirá con-fundido con los medios que se dio para “prolongarse” y evolucionar. Para que aceptemos como “normal” el régimen de vida en el que estamos sumidos, tuvimos que neutralizar o naturalizar las fuerzas y los actores históricos en pugna. Es cierto que aceptar este combate y asumir el riesgo de pensarnos como medios de hibridaciones monstruosas implica aceptar que el knock out o game over de lo que se considera ser humano todavía está por decidirse.