

ESTRATEGIAS DIFUSAS DE PODER EN LAS REDES TECNOLÓGICAS: REFLEXIONES SOBRE LA WEB PARTICIPATIVA

Antonio Fernández Vicente¹

Resumen

Trato de esclarecer las posibilidades de las nuevas tecnologías relacionales como instrumentos de poder antes que de emancipación de los individuos. Así, es preciso advertir las transformaciones en el modo de ejercer el poder desde el control del tiempo. Por ello, aparece la dicotomía entre el poder difusionista basado en la representación de los sueños, descrito por Ismaíl Kadaré en su distopía *El palacio de los sueños*, y el poder descentralizado de las redes en los *consumer generated media*.

Palabras clave

Sociología del tiempo; poder; comunicación digital

Abstract

I try to clarify the possibilities of the new relational technologies as a power instruments instead of an instrument for the individual development. Nevertheless, it is necessary to warn the transformations in the way of exercising the power from the control of the time. For it, the dichotomy appears between the centralized power based on the representation of dreams, and described by Ismaíl Kadaré in his distopy *The Palace of the Dreams*, and the power decentralized of the new consumer generated media.

Keywords

Sociology of time; power; digital communication.

0. Prolegómenos

La transformación del paradigma comunicativo gracias a la *mass-self communication* descrita por Manuel Castells obliga a reformular los conceptos tradicionales de análisis del poder. De lo sólido a lo líquido, de lo unívoco a lo equívoco, de lo frontal a lo subrepticio, los mecanismos asentados de poder propios de la modernidad se hallan erosionados. Lo que se da en llamar *postmodernidad* responde a esta desorientación en los marcos de referencia que encauzaban pensamientos y *praxis*. No acontece, sin embargo, la fractura total del poder. Desde el discurso simbólico se atribuyen propiedades libertarias a las nuevas tecnologías de la comunicación: culturas de la participación (Henry Jenkins), multitudes inteligentes (Howard Rheingold), revolución del “pronetariado” (Joel de Rosnay), inteligencia colectiva (Pierre Lévy)... La fascinación casi mágica por todo lo que traiga consigo el adjetivo “digital” se extiende desde las culturas populares hasta ámbitos académicos. No obstante, nuevas formas de control y coerción acompañan a las comunicaciones digitales. Nuestro objetivo capital reside en esclarecer los mecanismos de poder que se asocian a la era de la comunicación. En especial, en lo que respecta a la pretendida desintermediación de las comunicaciones masivas. ¿Cómo se ejerce el control de las mentes cuando cualquier individuo puede potencialmente expresarse ante el mundo entero?

Sería vano volver a enfatizar que nuestra época se caracteriza por una comunicación saturada. La explosión comunicativa, el imperativo de comunicar a todo coste con independencia de los contenidos se ha convertido en un elemento “ideológico” de primer orden. El filósofo Mario Perniola ha sabido identificar esta nueva religión, que disuelve todo contenido y contradicción. Es una cultura orientada a la circulación, al proceso horizontal más que a la transmisión histórica, esto es, a la solidificación de la memoria colectiva, a la verticalidad. Pero esta dilución de las jerarquías no significa la supresión del poder:

La comunicación, contrariamente, elude toda determinación como si de la peste se tratara. Aspira a ser a un tiempo una cosa, su opuesto y todo aquello que está en el medio entre ambos extremos. Es por ende totalitaria, en una medida mucho mayor que el totalitarismo político tradicional, pues comprende también y sobre todo el antitotalitarismo. Es global en el sentido de que incluye también aquello que niega la globalidad. (Perniola, 2006: 18).

La metáfora del libro impreso por contraposición a la red virtual actualizada de modo efímero, nunca existente sin un proceso de activación por los usuarios, representa las constantes de dos tipos de poderes. Aquél, el característico de regímenes totalitarios, que tan bien delinea Hannah Arendt a propósito del antisemitismo, el imperialismo y los fascismos. El dogma y el pensamiento único ejercen un poder autoritario y siempre visible para los dominados. Es algo ya hecho, dotado de contenido y determinación. Se trata del poder que ejercen los grandes grupos multimedia, que programan las agendas, los modelos comunicativos -el comercial- así como las orientaciones políticas – despolitización de la ciudadanía. Proscriben y coartan a quienes se oponen a la norma establecida. ¿Qué ha quedado de este poder cuando se generaliza, desde mediados de los años 90 del siglo de los fascismos, la estructura descentralizada que es Internet? ¿Supone el fin de las jerarquías comunicativas? ¿La disolución de los poderes centrales de propaganda y control de las masas? ¿Asistimos, tal vez, al germen de la comunidad subversiva de productores simbólicos, tal y como Bertolt Brecht reclamaba con insistencia en su teoría de la radio?

En lo que al tiempo del devenir atañe, nos encontramos sin duda ante lo que Deleuze llamaba simulacro. No existe un modelo del que sean copias los acontecimientos, los personajes. Es un tiempo de evolución creadora, en términos de Bergson, una realidad indivisible cuyo futuro es incierto. Al contrario que en el presente extenso e irreductible, donde confluyen pasado, presente y futuro, el tiempo del devenir es lineal, irreplicable e imposible de predecir con exactitud. Un tiempo del caos opuesto a las regularidades constatadas en el espacio euclidiano.

Se trataría de la dialéctica entre el *aión* y el *chronos*. En éste, conforme a Deleuze, sólo el presente existe en el tiempo: todo acontece en simultaneidad. Sin ser ilimitado puede ser infinito, tal y como se desprende de la circularidad infinita y limitada: “Il recommence, et mesure une nouvelle période cosmique après la précédente, identique à la précédente”² (Deleuze, 2005: 190). El *chronos* corresponde al movimiento reglado de los presentes vastos y profundos, es un tiempo de la permanencia, de lo eterno, de lo corpóreo e idéntico. El *aión* representa lo ilimitado y finito, el tiempo lineal de los instantes donde sólo el pasado y el futuro subsisten. Es el tiempo de la diferencia, de lo que difiere. Son instantes sin espesor, *cristales de tiempo* sin extensión que dividen cada punto en una doble dirección hacia el pasado y el futuro. “*Aiôn* est le lieu des

événements incorporels, et des attributs distincts des qualités »³ (*Ibidem*: 193). Es este mundo nuevo de efectos incorpóreos y superficiales el que vuelve posible el lenguaje: el *aión* traza una barrera infranqueable entre las cosas y las proposiciones: “Le langage est rendu possible par la frontière qui le sépare des choses, des corps et non moins de ceux qui parlent”⁴ (*Idem*). Es el tiempo irreversible de lo que no podemos congelar, lo nunca idéntico a sí mismo.

1. Poder y tiempo en sociedades de comunicación saturada

En el contexto de una economía y sociedad ya globalizada, resulta palmario obviar el papel regulador del Estado-nación. Se trata de un proceso de descentralización del poder inherente a la internacionalización del flujo de capitales. El ámbito de actuación de las grandes concentraciones de capital no queda reducido a un territorio espacial delimitado. Antes bien, el alcance de su acción tomará como medida las poblaciones con suficiente poder adquisitivo.⁵ El tránsito desde la dictadura de los sueños dibujada por Kadaré hasta la democracia liberal dominada por el capital multinacional describe, asimismo, una transformación superficial en los mecanismos de sojuzgamiento. No obstante, la colonización de los sueños deja entrever peligrosas semejanzas. Si en el poder duro, no es preciso ocultar los mecanismos de violencia, en el caso de la democracia liberal, el poder ha de ejercerse de un modo más sutil, menos evidente y al tiempo mucho más prolífico en sus efectos a medio y largo plazo. Crear ilusión de libertad, de determinación de sí mismo otorgada al individuo en democracia, se plantea como uno de los objetivos principales del *soft power* (poder blando). Sin embargo, se trata de la adhesión voluntaria al circuito de rotación de mercancías, toda vez que incluso la información, que es inmaterial por principio, se ha convertido en mercancía, la mercancía prima del mundo postindustrial.

El dominio a través de la tecnología quedaba patente en el caso del *Tabir Saray*. Una máquina centralizada coartaba las mentes, en correspondencia con formas de gobierno abiertamente dictatoriales. Fueron éstas las condiciones socio-políticas que condujeron a Kadaré hasta la escritura del *Palacio de los sueños*. Ante una realidad opresiva, que no se esconde como tal, surgen denuncias desde el interior del propio sistema. En cambio, una vez que la tecnología se comprende a través de metáforas que le irrigan una serie de

características posibilitadoras de la emancipación del individuo y el bienestar común, hemos de trascender el reino de lo aparente y estudiar lo que se ha convertido en creencia no formulada. Se trata del poder manifiesto de *1984* frente a las autocoacciones profundas del *Mundo feliz* en Aldous Huxley.

La certidumbre de haber alcanzado la utopía comunicativa, de haberla realizado e incluso rebasado deja indefensos a los usuarios, en la creencia de habitar un espacio comunicativo de libertad y desarrollo de los individuos. El fin de las ideologías y de la historia lo es también de la utopía, como bien señalaba Herbert Marcuse. ¿Qué es el espacio de comunicación saturada? En primer lugar un espacio virtual, de alcance planetario, donde se concitan expresiones diversas: una arquitectura líquida, fugaz, cambiante a cada segundo, actualizable. En segundo lugar, se rompe con el unilateralismo en la comunicación de masas. Al fenómeno por el que los usuarios devienen al tiempo constructores potenciales del espacio común se le suele denominar socialización comunicativa. Se habla de democratización de la comunicación de masas. La saturación proviene de la multiplicada interconexión distal entre los comunicantes. No solamente se trata de que el universo ficticio de la Industria Cultural invada la esfera de las percepciones inmediatas. De hecho, el paradigma digital, las tecnologías como las redes *Wifi* y *Wimax* así como la imposición de la telefonía móvil vuelven cada vez más mediada tecnológicamente nuestra comunicación con el mundo. Amplían nuestro abanico de circunstancias, extienden nuestros sentidos pero al precio de una formalización tecnológica de acuerdo con los logaritmos informáticos y las imágenes prefabricadas.

2. Teatro global de “expresiones anónimas”

Uno de los escenarios en que se dirimen los equilibrios del poder en la actualidad es la Web 2.0. Se nos dice que pertenece al usuario la responsabilidad de aportar contenidos. Hemos rebasado el antiguo modelo unidireccional de comunicación de masas. No se trata ya del eterno monólogo de estructura jerárquica arbórea, propia de las grandes concentraciones de *infocapital*. De este modo, la regresión al dialogismo oral en el que contextos de copresencia posibilitaban un intercambio equiprobable de comunicaciones

toma el aspecto de redes digitales, de estructura rizomática como formuló Gilles Deleuze. Sin embargo, se trata de comunicación *confondante*, de la *société Frankenstein* descrita por Lucien Sfez. Tomamos por expresión directa lo que no es sino representación, intermediación. Lo que ocurre es, simplemente, que se borran las huellas de la tecnología comunicativa hasta invisibilizar rastro alguno de interfaz. ¿Comunicación directa e interplanetaria? La representación digital se toma por expresión. De ahí el autismo tautológico *-tautisme-* descrito por Sfez y radicalizado con la universalización de la mediación digital.

Y todo ello bajo la asunción casi instantánea de cualquier innovación digital sin ser puesta en duda acerca de sus consecuencias sociales, individuales, políticas o económicas. Sfez lo explica en su ensayo sobre *Technique et idéologie*: por encima del aspecto pragmático de la innovación, la utopía ideológica de los objetos digitales embellece lo que, algo más tarde, la propaganda publicitaria se encarga de ratificar como un bien por sí mismo: “L’innovation technologique a sans doute besoin de ce double langage pour s’introduire et s’imposer rapidement. Sans cette duplicité, ne s’introduirait-elle pas trop lentement, au gré des investissements et de leur prévisions de retour sur investissement? »⁶ (Sfez, 2002 :178).

Este doble lenguaje nos persuade de que en el teatro de la Web 2.0., los espectadores han cobrado voz. Hablamos de teatro en el que los espectadores se incluyen efectivamente en la representación: un espacio de expresión desligado de las ataduras de la palabra articulada. Se trata del rebasamiento de los dogmas rígidos del texto a favor de la espontaneidad. Aquí, utilizamos la noción de teatro expuesta por Antonin Artaud en *Le théâtre et son double* (El teatro y su doble). Un teatro alquímico, *oriental*, físico y concreto que encanta por su anarquía y desorden a medida que se aleja de la verbalidad articulada y nos guía a través de todos los medios posibles de expresión. Resulta curioso que uno de los gurús del espacio electrónico, Steve Jobs -creador de Apple- se convirtiese al budismo zen. Manifestación objetiva de las verdades secretas, el teatro no es el reflejo fiel de un texto escrito, sino “la projection brûlante de tout ce qui peut être tiré de conséquences objectives d’un geste, d’un mot, d’un son, d’une musique et de leurs combinaisons entre eux”⁷ (Artaud, 1964: 111).

De la estética puramente contemplativa se pasaría así a la estética de la participación en el escenario de las redes sociales, en un espiritualismo noosférico que recuerda los escritos del jesuita Teilhard de Chardin. Desaparece el centro emisor y la periferia pasiva y simplemente receptora de los *mass media*. Se eliden las jerarquías tradicionales a favor de la pretendida *heterarquía*. Y la pérdida de estructura jerárquica se alcanza al precio de abolición de la *Verfremdung* (extranamiento o distanciamiento) brechtiana: integración en el discurso tecnológico y acaso abolición del punto de vista individual, tan necesario para el ejercicio democrático del debate público. Ya no hay confrontación, sino implicación del espectador, inmersión en el circuito virtual donde la velocidad como premisa, la obsesión por la actualidad y la obsolescencia casi instantánea denosta el esfuerzo continuado, el proyecto a largo plazo.⁸ Si el teatro nos descubre un espacio concreto de expresión, en el teatro global de expresiones que es la blogosfera la concreción se halla mediada por imágenes, por lenguaje digital, algoritmos que en cierta manera remedan la gramática vilipendiada por Artaud. Bajo la apariencia de diversidad, es sin embargo la unanimidad el riesgo más pernicioso. Sobre todo si consideramos la uniformidad de la única ley en el entorno virtual: el código (Lessig, 2006). La *hipnosis telescópica* advertida por el filósofo Paul Virilio deja en un segundo plano la libertad de impresión directa, el tiempo libre tan preciso para cualquier cabal reflexión. En el teatro global de expresiones, “l'*externalisation* croissante de nos sensations autrefois immédiates, soudain collectivisées dans nos affects, nos émotions le plus intimes, glissant ou, plus précisément, 'surfant' dans une nouvelle sorte d'épidémie coopérative”⁹ (Virilio, 2007: 9).

El antaño espectador de los medios de difusión no queda reducido ya aparentemente al simple papel de receptor pasivo. O al menos eso es lo que la ideología utópica de la tecnología digital quiere hacernos entender. Cualquiera es capaz de entrar en herramientas de creación de blogs tales como *blogger* o *blogspot*, crear una bitácora y devenir emisor informativo. Diríase que se le depara un rol activo como agente comunicativo. En la *blogosfera*, cada individuo se arroga la libertad de exponer públicamente su persona; de relatar acontecimientos que él mismo ha presenciado o imaginado. Presentamos lo privado en el espacio público. El giro narrativo tiene en la tecnología audiovisual una herramienta idónea para satisfacer el imperativo de *contarse a sí mismo*. Se exponen los pensamientos, las inquietudes, los sueños, y todo ello requiere, como es lógico, un período de examen de sí mismo y de reflexión sobre qué

tipo de presentación queremos ofrecer sobre nuestra persona. Con la extensión del proscenio en todos los aspectos de la vida cotidiana, lo que se pierde es la noción de privacidad, toda vez que se exponen a la luz pública cuestiones domésticas.

Es obvia la referencia implícita a Ervin Goffman (1993): al objetivar lo que somos en la Red, las diferencias entre lo público y lo privado, la región anterior –la máscara- y la región posterior –lo íntimo-, se difuminan. La región anterior se muestra a un público indefinido, independiente de los contextos proximales. De ahí la consideración de la blogosfera como teatro global de expresiones, entendiendo que lo global se halla encajonado en los límites del teatro digital. El interior de la Red genera así un espacio excluyente debido a la inclusión paroxística de cualquier realidad en esta suerte de interior hipertrofiado.

En consecuencia, la lógica de la objetivación personal en los blogs remeda la lógica de la exteriorización de los sueños en la distopía de Kadaré. La distinción fundamental radica en el receptáculo de ambas objetivaciones: un palacio clausurado, ajeno a influencias externas, centralizado; una arquitectura líquida, una máquina descentralizada, desordenada, desjerarquizada. Un teatro donde las representaciones de un tiempo ficticio se toman por presencias y expresiones directas. En él, la autoría y autoafirmación en el espacio público, la distinción frente a la homogeneización fundamentan la economía política de la atención, incluso de la visibilidad. La consideración de este teatro virtual como “recinto anónimo” se debe a su carácter de obra colectiva, donde el mayor de los problemas radica tanto en la saturación de voces como en la credibilidad y relevancia que habría que otorgar a cada una de estas singularidades.

3. El tiempo espacializado de la Red

En el *Tabir Saray*, los sueños eran objeto de recensión y fuente de poder y anticipación para el Soberano. Del mismo modo, una vez que en la Web 2.0 se emplazan y espacializan las atenciones, las inquietudes de la población con poder adquisitivo, es posible realizar estudios de mercado, de tendencias políticas, de focos de interés y así predecir e incluso manipular el curso de la historia. Se utilizan las actividades de los usuarios para su mejor sojuzgamiento, incluso recensando los componentes puramente emocionales y automáticos, como demuestra la reciente tendencia del *neuromarketing* y la *Affective Computing*.¹⁰ La vista superficial a la *blogosfera*, así como a portales de intercambio de contenidos audiovisuales remite a una atención focalizada en banalidades, en lo anecdótico. Los sueños colectivos expresados en la Red no traslucen la intención manifiesta de transformar el orden actual. Podría decirse que a través de la exposición pública del sentir de los individuos, es posible sondear el barómetro espiritual de la población. Las implicaciones para la industria del marketing se revelan prometedoras. El marketing viral, a través de las redes tecnológicas y sociales, ofrece nuevos senderos para el adoctrinamiento múltiple, más acordes con la naturaleza reticular de la sociedad contemporánea. Al inventar sueños, capaces de desencadenar acciones de consumo, vislumbramos la cualidad de la Web 2.0 no sólo para obtener un examen preciso de la economía de la atención, sino para crear focos de interés y de ese modo alienar subrepticamente al usuario bajo la impresión de libertad de acción.

La descentralización del poder se equipara a la aparente desintermediación en las relaciones sociales, económicas, parentales y políticas. Sin un centro explícito por el que necesariamente haya de pasarse, son constantes las referencias a la emancipación del individuo respecto de aparatos frontales de coerción. Sin embargo, la realidad se presenta de otra manera, antes bien como radicalización de las interdependencias y los poderes de manipulación. Siempre es posible hallar la presencia directora de un *meneur de foules*.

Como ilustración, en la revista *Wired* leemos un estudio del *U.S. Special Operations Command*.¹¹ En él, se recomienda reclutar o contratar clandestinamente a prominentes *bloggers*. El control por la legitimidad de la opinión pública en un entorno

descentralizado ha de operarse por vías alternativas a la persuasión frontal e identificable de los receptores. El ejemplo referido suscita así una serie de cuestiones:

1. ¿Cuáles son las cualidades que hacen de los nuevos medios un riesgo para las corrientes dominantes de opinión?
2. ¿Cómo aprovechar, en cambio, las características de los nuevos medios para ejercer una posición hegemónica en la manipulación propagandística?
3. ¿Cumplen hoy los nuevos medios el papel augurado como ilación de mundos alternativos al presente orden mundial neoliberal?

Tanto para contrarrestar las derivas antibelicistas como para perpetuar el sistema económico neoliberal, la Red despliega el escenario de batallas ideológicas por el control de las praxis en las sociedades avanzadas. Y ello a pesar de que aún los medios tradicionales (televisión, radio, prensa en menor medida) mantienen una posición preeminente en las audiencias. Sólo hay que tener presente la creciente importancia del marketing viral, el interactivo, el directo; fenómenos como los *splogs* (*spam+blogs*) para comprobar cómo son las fuerzas económicas quienes intentan fagocitar este supuesto espacio de libertad y solidaridad. En realidad, la fuente de fascinación por este entorno responde más a una economía de los sueños y deseos que a una apuesta racional. El automatismo tecnológico y su poder seductor¹² anulan de raíz cualquier atisbo de resistencia, una vez se toma como ya dado e incuestionable el entorno tecnológico que nos condiciona. Las analogías con la novela citada de Ismaíl Kadaré se refieren en efecto a esta economía libidinal.¹³

4. Conclusiones

Las dos manifestaciones del poder que he presentado traslucen cómo los mecanismos de dominio se transforman y varían de acuerdo con una determinada concepción de tiempo. Por una parte, el poder basado en la opacidad espacializa el tiempo, lo conceptualiza como un relato ya fijado, un ideal que rige y orienta las decisiones en el mundo de la vida. El tiempo es comprendido aquí desde la irreversibilidad paradójicamente modificable del *chronos*, el tiempo de la permanencia y lo corpóreo.

Sin embargo, la visión anticipada del *chronos* se halla monopolizada por el aparato tecno-estatal de análisis onírico. Es decir, existe una asimetría en las miradas, una lógica del secreto que oculta en el *Tabir Saray* las interpretaciones sobre el futuro.

Por otra parte, la sociedad de comunicación saturada se construye de acuerdo con el principio de transparencia, como bien advirtió Gianni Vattimo. No hay -o al menos forma parte de su ideología- un espacio opaco. El ideal de la claridad, la libre expresión y circulación de ideas trae aparejado otro tipo de poder, más sibilino y menos frontal. La concepción del tiempo no responde ya a un tiempo ideal y prefijado. Antes bien, con la explosión de las nuevas tecnologías de la instantaneidad, el énfasis se sitúa en el *aión*, en la fugacidad y la desorientación fuera de marcos mentales duraderos y sólidos. Sin embargo, bajo la impresión de fugacidad, de desjerarquización en el tiempo de vida, aparece un corolario que apunta al dominio de los seres interconectados. Es precisamente por esta densificación de las interdependencias, por los fundamentos de objetivación de las conciencias -un pensamiento superficial se opone al desarrollo de la interioridad ilustrada- como se calcan las estrategias de sojuzgamiento del poder autoritario descrito por Kadaré. La principal diferencia estriba en la colaboración activa de los dominados, en tanto aportan voluntariamente trazos, huellas y sombras digitales susceptibles de ser recensadas por los gurús del marketing político y económico. La seducción que emana de la Red, bajo el aura mística y religiosa de una comunión planetaria, un éxtasis comunicativo, atrae y distrae a los usuarios. Los métodos de persuasión en el futuro han de contar con la desintermediación de las comunicaciones digitales. El mayor riesgo es, evidentemente, no reconocer las posibilidades retóricas de los nuevos medios y mantenerse en la creencia de que únicamente son tecnologías de la libertad.

Referencias

Artaud, A. *Le théâtre et son double*. Gallimard, Paris, 1964.

Breton, P. *Le culte de l'Internet*, La Découverte, Paris, 2000.

Castells, M. "Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red I-II", *Telos*, N° 74 y 75. [<http://www.telos.es/articuloAutorInvitado.asp?idarticulo=1&rev=75>].

Deleuze, G. *Logique du sens*, Les éditions de Minuit, Paris, 2005

Echeverría, J. *Los señores del aire*, Destino, Barcelona, 1999.

Elias, N. *Sobre el tiempo*, FCE, México, 1989.

Ellul, J. *Le bluff technologique*, Hachette, Paris, 2004.

Fernández Vicente, A. *El presente virtual*, Fragua, Madrid, 2008.

Giedon, S. *Mechanization takes Command*, Norton & Company, 1975.

Goffman, E. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires, 1993.

Kadaré, I. *El palacio de los sueños*, Anaya, Madrid, 1991

Klein, N. *The Shock Doctrine*, Penguin Group, 2007.

Lessig, L. *Code, version 2.0*, Basic Books, New York, 2006.

Maffesoli, M. *Le temps des tribus*, La Table Ronde, Paris, 2000.

Mattelart, A. *La globalisation de la surveillance*, La Découverte, Paris, 2007.

Sfez, L. *Technique et idéologie*, Éditions du Seuil, Paris, 2002

Sloterdijk, P. *En el mundo interior del capital: para una teoría filosófica de la globalización*, Siruela, Madrid, 2007.

Stiegler, B. *Pour une nouvelle critique de l'économie politique*, Galilée, Paris, 2009.

Virilio, P. *Le futurisme de l'instant*, Galilée, Paris, 2009.

Virilio, P. *L'université du désastre*, Galilée, Paris, 2007.

Wa Thiong'o, N. *El brujo del cuervo*, Alfaguara, Madrid, 2006.

¹ Estudió el doctorado en la Universidad de Murcia, España. Es profesor en la Universidad de Castilla la Mancha, España. Autor de *El presente virtual* y diversos artículos en revistas como *Zer*, *Telos*, *Quaderni* y *Ontology Studies*. Su correo electrónico es: eresicton@yahoo.es

² Recomenza, y mide un nuevo período cósmico después del precedente, idéntico al precedente]. Todas las traducciones son del autor.

³ [Aiôn es el lugar de los acontecimientos incorpóreos, y de los atributos distintos de las cualidades].

⁴ [El lenguaje se hace posible por la frontera que lo separa de las cosas, de los cuerpos y no menos de aquellos que hablan].

⁵ Es el “gran invernadero del capital” descrito por el filósofo Peter Sloterdijk. *Cfr. En el mundo interior del capital: para una teoría filosófica de la globalización*, Madrid, Siruela, 2007.

⁶ [La innovación tecnológica necesita sin duda este doble lenguaje para introducirse e imponerse con rapidez. Sin esta duplicidad, ¿no se introduciría demasiado lentamente, hasta el punto de las inversiones y de sus previsiones de retorno sobre la inversión].

⁷ [La proyección candente de todo lo que se puede colegir de las consecuencias objetivas de un gesto, de una palabra, de un sonido, de una música y de sus combinaciones].

⁸ Es significativo el controvertido artículo de Nick Carr, titulado “Is Google Making us Stupid?” (¿Nos convierte Google en estúpidos?). En él, se comentan los efectos de la lectura en pantalla, cuyo corolario apunta a un déficit en la atención del lector así como una comprensión mermada y superficial de textos medianamente complejos. Se trata de una vuelta al conocimiento por aforismos, por frases hechas y sin ilación subordinada.

⁹ [La creciente externalización de nuestras sensaciones, antes inmediatas, de repente colectivizadas en nuestros afectos, nuestras emociones más íntimas, deslizándose, o más precisamente, 'surfeando' en una nueva suerte de epidemia cooperativa].

¹⁰ A través de tecnologías de monitorización e interpretación de signos visuales, se pretenden descifrar los mecanismos irracionales y automáticos como respuesta a unos estímulos determinados. El conocimiento

de los efectos de la publicidad y las campañas -obsérvese la utilización de lenguaje bélico en la esfera del marketing- se sitúa como uno de los presupuestos fundamentales para la obtención de una propaganda totalmente eficaz, como ya señaló Jacques Ellul en su obra *Propagandes*. Se trata del desvelamiento de los deseos, motivaciones y también de las reacciones inconscientes del ser humano a ciertos mensajes, de modo que puedan adecuarse, personalizarse las persuasiones dependiendo de la respuesta producida. Véase *Affective Computing* (<http://affect.media.mit.edu/>).

¹¹ Véase: <http://blog.wired.com/defense/2008/03/report-recruit.html> [conexión marzo 2008]

¹² Para una aclaración del poder fascinador de la tecnología, *cfr.* Ellul, J. *Le bluff technologique*. En el texto, comprobamos cómo el encantamiento del sistema tecnológico abole la reflexión sobre la idoneidad de las tecnologías. La fascinación por lo virtual acaba por enmascarar que el espacio electrónico, en efecto, trabaja hoy para reafirmar las estructuras jerárquicas de la realidad presente. *Cfr.* Fernández Vicente, A., *El presente virtual*, Madrid, Fragua, 2008.

¹³ El filósofo Bernard Stiegler reivindica una nueva economía política de la comunicación, basada en la idea de teleología y en la ambivalencia de los nuevos medios: ya sea como el *pharmakon* que salva o que *envenena*. Se trataría de sobrepasar el puro reino de los medios para situarnos en el de la constitución de fines colectivos, igualitarios y solidarios. *Cfr.* *Pour une nouvelle critique de l'économie politique*, Paris, Galilée, 2009.