

«HOY ESTAMOS EN LA TRANSICIÓN DE LA ERA DE LAS COSAS A LA ERA DE LAS NO-COSAS. NO SON LAS COSAS, SINO LA INFORMACIÓN, LO QUE DETERMINA EL MUNDO EN QUE VIVIMOS.»

El mundo se vacía de cosas y se llena de información inquietante como voces sin cuerpo. La digitalización desmaterializa y descorporeiza. Los medios digitales sustituyen a la memoria, sin violencia ni demasiado esfuerzo. La información falsea los acontecimientos. Se nutre del estímulo de la sorpresa. Pero este no dura mucho. Rápidamente sentimos la necesidad de nuevos estímulos. Como cazadores de información, nos volvemos ciegos ante las cosas silenciosas y discretas, incluso las habituales, las menudas y las comunes, que no nos estimulan, pero nos anclan en el ser.

Byung-Chul Han desarrolla tanto una filosofía del smartphone como una crítica a la inteligencia artificial desde una nueva perspectiva. Al mismo tiempo, recupera la magia de lo sólido y lo tangible y reflexiona sobre el silencio que se pierde en el ruido de la información.

penguinlibros.com

ISBN 978-987-737-064-5



9 789877 370645

taurus

Byung-Chul
Han

NO-COSAS

QUIEBRES DEL MUNDO DE HOY

taurus

Byung-Chul Han

(Seúl, Corea del Sur, 1959) es uno de los filósofos más leídos del mundo. Profesor de Filosofía y Estudios Culturales en la Universidad de las Artes de Berlín, su original y lúcida crítica a la sociedad contemporánea consta de más de quince obras. Este es su primer libro en Taurus.

No-cosas

Byung-Chul Han

No-cosas
Quiebres del mundo de hoy

Traducción de Joaquín Chamorro Mielke

taurus



PRÓLOGO

En su novela *La policía de la memoria*, la escritora japonesa Yoko Ogawa habla de una isla sin nombre. Unos extraños sucesos intranquilizan a los habitantes de la isla. Inexplicablemente, desaparecen cosas luego irrecuperables. Cosas aromáticas, rutilantes, resplandecientes, maravillosas: lazos para el cabello, sombreros, perfumes, cascabeles, esmeraldas, sellos y hasta rosas y pájaros. Los habitantes ya no saben para qué servían todas estas cosas.

Yoko Ogawa describe en su novela un régimen totalitario que destierra cosas y recuerdos de la sociedad con la ayuda de una policía de la memoria similar a la policía del pensamiento de Orwell. Los isleños viven en un invierno perpetuo de olvidos y pérdidas. Los que guardan recuerdos en secreto son arrestados. Incluso la madre de la protagonista, que evita que desaparezcan las cosas amenazadas en una cómoda secreta, es perseguida y asesinada por la policía de la memoria.

La policía de la memoria puede leerse en analogía con nuestra actualidad. También hoy desaparecen continuamente las cosas sin que nos demos cuenta.

La inflación de cosas nos engaña haciéndonos creer lo contrario. A diferencia de la distopía de Yoko Ogawa, no vivimos en un régimen totalitario con una policía del pensamiento que despoja brutalmente a la gente de sus cosas y sus recuerdos. Es más bien nuestro frenesí de comunicación e información lo que hace que las cosas desaparezcan. La información, es decir, las no-cosas, se coloca delante de las cosas y las hace palidecer. No vivimos en un reino de violencia, sino en un reino de información que se hace pasar por libertad.

En la distopía de Ogawa, el mundo se vacía sin cesar. Al final desaparece. Todo va desapareciendo en una disolución progresiva. Incluso desaparecen partes del cuerpo. Al final, solo voces sin cuerpo flotan sin rumbo en el aire. La isla sin nombre de las cosas y los recuerdos perdidos se parece a nuestro presente en algunos aspectos. Hoy, el mundo se vacía de cosas y se llena de una información tan inquietante como esas voces sin cuerpo. La digitalización desmaterializa y descorporeiza el mundo. También suprime los recuerdos. En lugar de guardar recuerdos, almacenamos inmensas cantidades de datos. Los medios digitales sustituyen así a la policía de la memoria, cuyo trabajo hacen de forma no violenta y sin mucho esfuerzo.

A diferencia de la distopía de Ogawa, nuestra sociedad de la información no es tan monótona. La información falsea los acontecimientos. Se nutre del estímulo de la sorpresa. Pero el estímulo no dura mucho.

Rápidamente se crea la necesidad de nuevos estímulos. Nos acostumbramos a percibir la realidad como fuente de estímulos, de sorpresas. Como cazadores de información, nos volvemos ciegos para las cosas silenciosas, discretas, incluidas las habituales, las menudas o las comunes, que no nos estimulan, pero nos anclan en el ser.

DE LA COSA A LA NO-COSA

El orden terreno, el orden de la tierra, se compone de cosas que adquieren una forma duradera y crean un entorno estable donde habitar. Son esas «cosas del mundo», en el sentido de Hannah Arendt, a las que corresponde la misión de «estabilizar la vida humana». ¹ Ellas le dan un sostén. El orden terreno está siendo hoy sustituido por el orden digital. Este *desnaturaliza las cosas* del mundo *informatizándolas*. Hace décadas, el teórico de los medios de comunicación Vilém Flusser ya observó que «las no-cosas penetran actualmente por todos los lados en nuestro entorno, y desplazan a las cosas. A estas se las llama informaciones». ² Hoy nos encontramos en la transición de la era de las cosas a la era de las no-cosas. Es la información, no las cosas, la que determina el mundo en que vivimos. Ya no habitamos la tierra y el cielo, sino Google Earth y la nube. El mundo se torna cada vez más intangible, nublado y espectral. Nada es *sólido y tangible*.

Las cosas estabilizan la vida humana, «y su objetividad radica en el hecho de que [...] los hombres, a pesar de su siempre cambiante naturaleza, pueden

recuperar su unicidad, es decir, su identidad, al relacionarla con la misma silla y con la misma mesa». ³ Las cosas son polos de reposo de la vida. En la actualidad, están completamente recubiertas de información. Los impulsos de información son todo menos polos de reposo de la vida. No es posible detenerse en la información. Tiene un intervalo de actualidad muy reducido. Vive del estímulo que es la sorpresa. Ya por su fugacidad, desestabiliza la vida. Reclama hoy permanentemente nuestra atención. El tsunami de información arrastra al propio sistema cognitivo en su agitación. Las informaciones no son unidades estables. Carecen de la firmeza del ser. Niklas Luhmann caracteriza así la información: «Su cosmología no es una cosmología del ser, sino de la contingencia». ⁴

Las cosas retroceden cada vez más a un segundo plano de atención. ⁵ La actual hiperinflación de las cosas, que lleva a su multiplicación explosiva, delata precisamente la creciente indiferencia hacia las cosas. Nuestra obsesión no son ya las cosas, sino la información y los datos. Ahora producimos y consumimos más información que cosas. Nos intoxicamos literalmente con la comunicación. Las energías libidinales se apartan de las cosas y ocupan las no-cosas. La consecuencia es la *infomanía*. Ya nos hemos vuelto todos *infómanos*. El fetichismo de las cosas se ha acabado. Nos volvemos fetichistas de la información y los datos. Hasta se habla ya de «datasexuales».

La Revolución Industrial reforzó y expandió la esfera de las cosas. Solo nos alejaba de la naturaleza y la

artesanía. La digitalización acaba con el paradigma de las cosas. Supedita estas a la información. El hardware es soporte de software. Es secundario a la información. Su miniaturización lo hace contraerse cada vez más. La internet de las cosas lo convierte en terminal de información. Las impresoras 3D invalidan el *ser* de las cosas. Las degradan a derivados materiales de la información.

¿En qué se convierten las cosas cuando prevalece la información? La informatización del mundo convierte las cosas en *infómatas*, es decir, en *actores* que procesan información. El automóvil del futuro dejará de ser una cosa a la que puedan asociarse fantasmas de poder y posesión para ser una «red *informativa*» móvil, es decir, un *infómata* que se comunica con nosotros: «[El coche] os habla, os informa “espontáneamente” sobre su estado general, y sobre el vuestro (negándose eventualmente a funcionar, si no funcionáis bien), el coche consultante y deliberante, pareja en una negociación general del modo de vida [...]». ⁶

El análisis heideggeriano del *Dasein* en *Ser y tiempo* requiere una revisión que tenga en cuenta la informatización del mundo. El «ser-en-el-mundo» de Heidegger consiste en «manejar» cosas que están «*vorhanden*» o «*zuhanden*», que están para usarlas con las manos. La mano es una figura central del análisis heideggeriano del *Dasein*. El *Dasein* (el término ontológico para el hombre) accede al mundo circundante por medio de las manos. Su mundo es una esfera de cosas. Pero hoy se habla de una infoesfera. Hoy

estamos en una infoesfera. No *manejamos* las cosas que, pasivas, tenemos delante, sino que nos *comunicamos* e *interactuamos* con infómatas, los cuales actúan y reaccionan como actores. El ser humano ya no es un *Dasein*, sino un *infor*⁷ que se comunica e intercambia información.

En la *smarthome*, unos infómatas se *preocupan* por nosotros, nos cuidan. Hacen por nosotros toda clase de operaciones. Quien los usan no tiene que *preocuparse*. El *telos* del orden digital es la superación de los cuidados, que Heidegger describe como un rasgo esencial de la existencia humana. La *existencia es cuidarse*. La inteligencia artificial se halla ahora en proceso de *librar* de cuidados a la existencia humana, optimizando la vida y velando el futuro como fuente de preocupación, es decir, sobreponiéndose a la *contingencia del futuro*. El futuro calculable como presente optimizado no nos causa ninguna preocupación.

Las categorías del análisis heideggeriano del *Dasein*, como «historia», «estar arrojado» o «facticidad», pertenecen todas al orden terreno. Las informaciones son aditivas, no narrativas. Pueden contarse, pero no narrarse. Como unidades discontinuas de breve actualidad, no se combinan para constituir una historia. Nuestro espacio de memoria también se asemeja cada vez más a una memoria informática llena hasta arriba de masas de información de todo tipo. La adición y la acumulación desbancan a las narraciones. Los largos espacios de tiempo que ocupa la continuidad narrativa distinguen a la historia y la memoria.

Solo las narraciones crean significado y contexto. El orden digital, es decir, numérico, carece de historia y de memoria, y, en consecuencia, fragmenta la vida.

El ser humano como proyecto optimizador de sí mismo que constantemente se renueva se alza por encima de su condición de ser «arrojado». La idea heideggeriana de «facticidad» consiste en que la existencia humana se basa en la indisponibilidad. El «ser» de Heidegger es otro nombre para la indisponibilidad. El hallarse «arrojado» y la «facticidad» pertenecen al orden terreno. El orden digital *desfactifica* la existencia humana. No acepta ninguna indisponibilidad fundamental del ser. Su divisa es: *el ser es información*. El ser está, pues, completamente a nuestra disposición y es controlable. La *cosa* de Heidegger, en cambio, encarna la *condicionalidad*, la *facticidad de la existencia humana*. La *cosa* es la *cifra del orden terreno*.

La infoesfera tiene cabeza de Jano. Nos ayuda a tener más libertad, pero al mismo tiempo nos somete a una vigilancia y un control crecientes. Google presenta la futura *smarthome* en red como una «orquesta electrónica». Su usuario es un «director de orquesta».⁸ Pero los autores de esta utopía digital describen en realidad una *prisión inteligente*. En la *smarthome* no somos directores autónomos. Más bien somos *dirigidos* por diferentes actores, incluso por metrónomos invisibles. Somos objetos de una visión panóptica. La cama inteligente con varios sensores lleva a cabo una monitorización continua aun durante el sueño. La monitorización se introduce cada vez más en la vida cotidiana

en forma de *convenience*. Los infómatas, que nos ahorran mucho trabajo, resultan ser eficientes *informantes*, que nos vigilan y controlan. De ese modo permanecemos confinados en la infoesfera.

En el mundo controlado por los algoritmos, el ser humano va perdiendo su capacidad de obrar por sí mismo, su autonomía. Se ve frente a un mundo que no es el suyo, que escapa a su comprensión. Se adapta a decisiones algorítmicas que no puede comprender. Los algoritmos son cajas negras. El mundo se pierde en las capas profundas de las redes neuronales, a las que el ser humano no tiene acceso.

La información por sí sola no ilumina el mundo. Incluso puede oscurecerlo. A partir de cierto punto, la información no es informativa, sino deformativa. Hace tiempo que este punto crítico se ha sobrepasado. El rápido aumento de la entropía informativa, es decir, del caos informativo, nos sumerge en una sociedad posfáctica. Se ha nivelado la distinción entre lo verdadero y lo falso. La información circula ahora, sin referencia alguna a la realidad, en un espacio hiperreal. Las *fake news* son informaciones que pueden ser más efectivas que los hechos. Lo que cuenta es el efecto a corto plazo. La eficacia sustituye a la verdad.

Hannah Arendt, como Heidegger, se ceñía al orden terreno. A menudo invocaba la permanencia y la duración. No solo las cosas del mundo, sino también la verdad, estabilizan la vida humana. En contraste con la información, la verdad posee la *firmeza del ser*. La duración y la constancia la distinguen. *La verdad*

es facticidad. Opone resistencia a toda modificación y manipulación. Constituye así el cimiento de la existencia humana: «En términos conceptuales, podemos llamar verdad a lo que no logramos cambiar; en términos metafóricos, es el espacio en el que estamos y el cielo que se extiende sobre nuestras cabezas».⁹

Significativamente Arendt sitúa la verdad entre el suelo y el cielo. La verdad pertenece al orden terreno. Da a la vida humana un *sostén*. El orden digital pone fin a la *era de la verdad* y da paso a la *sociedad de la información posfactual*. El régimen posfactual de la información se erige por encima de la verdad de los hechos. La información con su impronta posfactual es *volátil*. Donde no hay nada *firme* se pierde todo *sostén*.

Hoy las prácticas que requieren un tiempo considerable están en trance de desaparecer. También la verdad requiere mucho tiempo. Donde una información ahuyenta a otra, no tenemos *tiempo para la verdad*. En nuestra cultura posfactual de la excitación, los afectos y las emociones dominan la comunicación. En contraste con la racionalidad, son muy variables en el tiempo. Desestabilizan la vida. La confianza, las promesas y la responsabilidad también son prácticas que requieren tiempo. Se extienden desde el presente al futuro. Todo lo que estabiliza la vida humana requiere tiempo. La fidelidad, el compromiso y las obligaciones son prácticas asimismo que requieren mucho tiempo. La desintegración de las arquitecturas temporales estabilizadoras, entre las que también se

cuentan los rituales, hacen que la vida sea inestable. Para estabilizar la vida, es necesaria otra *política del tiempo*.

Entre las prácticas que requieren tiempo se encuentra la observación atenta y detenida. La percepción anexa a la información excluye *la observación larga y lenta*. La información nos hace miopes y precipitados. Es imposible detenerse en la información. La contemplación detenida de las cosas, la atención sin intención, que sería una fórmula de la felicidad, retrocede ante la caza de información. Hoy corremos detrás de la información sin alcanzar un *saber*. Tomamos nota de todo sin obtener un *conocimiento*. Viajamos a todas partes sin adquirir una experiencia. Nos comunicamos continuamente sin participar en una *comunidad*. Almacenamos grandes cantidades de datos sin *recuerdos* que conservar. Acumulamos amigos y seguidores sin encontrarnos con el *otro*. La información crea así una forma de vida sin permanencia y duración.

La infoesfera tiene sin duda un efecto emancipador. Nos libera más eficazmente del penoso trabajo que la esfera de las cosas. La civilización humana puede entenderse como una *espiritualización creciente de la realidad*. El hombre transfiere sucesivamente sus capacidades mentales a las cosas para hacerlas funcionar por él. El espíritu subjetivo se transforma así en espíritu objetivo. En este sentido, las cosas como máquinas representan un progreso en la civilización, ya que contienen en sí mismas ese instinto

que, como una forma primitiva del espíritu, las capacita para actuar por su cuenta. Hegel incluyó en su *Filosofía real* esta idea: «La herramienta no tiene aún en sí misma la actividad. Es cosa *inerte* [...]. Sigo teniendo que trabajar yo con ella. Yo he tenido la *astucia* de introducirla entre mí y la coseidad externa para preservarme [...] y dejar que ella se desgaste [...], pero sigo sacándome callos; el hacerme cosa sigue siendo un momento necesario; la actividad propia del impulso no ha pasado aún a la cosa. Hay que poner en la herramienta también actividad propia, convertirla en algo que actúa por sí mismo».¹⁰ La herramienta es una cosa inerte porque no actúa por sí sola. El hombre que la maneja se convierte en una cosa porque su mano se encallece. Se desgasta como una cosa. Con las máquinas autónomas, la mano ya no se encallece, pero ellas todavía no la liberan completamente del trabajo. Las máquinas necesitan de fábricas y trabajadores.

En el siguiente paso civilizatorio, no solo se implanta el instinto en la cosa, sino también la inteligencia, esa forma superior de espíritu. La inteligencia artificial convierte a las cosas en infómatas. La «astucia» consiste en que el hombre no solo deja actuar a las cosas, sino también pensar por él. No son las máquinas, sino los infómatas los que emancipan del trabajo a la mano. Pero la inteligencia artificial queda fuera de la imaginación de Hegel. Además, Hegel se fija demasiado en la idea del trabajo, de modo que no tiene acceso a una forma de vida que no sea trabajo.

Para Hegel, el *espíritu es trabajo*. *El espíritu es mano*. En su efecto emancipador, la digitalización promete una forma de vida que se asemeja al *juego*. Genera un *desempleo digital* que no tiene carácter coyuntural.

Vilém Flusser resume de la siguiente manera la situación del nuevo mundo dominado por la información: «Ya no podemos retener las cosas, y no sabemos cómo retener la información. Nos hemos vuelto inestables». ¹¹ Tras cierto escepticismo inicial, Flusser imagina el futuro con imágenes utópicas. La inestabilidad inicialmente temida da paso a la ligereza del juego. El ser humano del futuro, sin interés por las cosas, no será un trabajador (*Homo faber*), sino un jugador (*Homo ludens*). No necesitará vencer laboriosamente las resistencias de la realidad material mediante el trabajo. Los aparatos programados por él se encargarán de hacer ese trabajo. Los humanos del futuro no se servirán de las manos: «Este nuevo ser humano que tendremos a nuestro alrededor y que se gestará en nuestro propio interior es manualmente inactivo. Ya no tratará con cosas y, por tanto, ya no podremos hablar de actividades». ¹²

La mano es el órgano del trabajo y la actividad. El dedo, en cambio, es el órgano de la elección. El humano manualmente inactivo del futuro solo hará uso de sus dedos. *Elegirá* en lugar de *actuar*. Para satisfacer sus necesidades presionará teclas. Su vida no será un drama que le obligue a actuar, sino un juego. Tampoco querrá poseer nada, sino experimentar y disfrutar.

El humano manualmente inactivo del futuro se acercará a ese *Phono sapiens* que toca con los dedos su smartphone. Usar el smartphone es una forma de jugar. Es tentadora la idea de que el humano del futuro solo juegue y disfrute, es decir, de que no tenga «preocupaciones». ¿Puede considerarse la creciente «gamificación» del mundo, que engloba tanto la comunicación como el trabajo, una prueba de que la era de la humanidad lúdica ya ha comenzado? ¿Debemos dar la bienvenida al *Phono sapiens*? El «último hombre» de Nietzsche ya lo anticipaba: «La gente continúa trabajando, pues el trabajo es un entretenimiento [...]. La gente tiene su pequeño placer para el día y su pequeño placer para la noche: pero honra la salud». ¹³

El *Phono sapiens*, que solo experimenta, disfruta y quiere jugar, se despide de esa libertad a que se refería Hannah Arendt, que está ligada a la actividad. Quien *actúa* rompe con lo que existe y pone en el mundo algo nuevo, algo completamente diferente. Para ello debe vencer una *resistencia*. El juego, en cambio, no interviene en la realidad. Actuar es el verbo de la historia. El humano jugador, manualmente inactivo, del futuro representa el final de la historia.

Cada época define la libertad de forma diferente. En la Antigüedad, la libertad significaba ser un hombre libre, no un esclavo. En la modernidad, la libertad se interioriza como autonomía del sujeto. Es la libertad de acción. Hoy, la libertad de acción se reduce a libertad de elección y de consumo. El humano manualmente inactivo del futuro se entregará a la

«libertad de la yema de los dedos».¹⁴ «Las teclas de que dispongo son tan numerosas que las yemas de mis dedos nunca podrán tocarlas todas. Y así tengo la impresión de ser completamente libre de decidir».¹⁵ La libertad de usar la yema de los dedos es, pues, una ilusión. La libre elección es en realidad una *selección consumista*. El hombre inactivo del futuro no tendrá en verdad *otra posibilidad de elegir*, puesto que no *actuará*. Vivirá en la *poshistoria*. Ni siquiera se dará cuenta de que no usa las manos. Pero *nosotros* somos capaces de crítica porque todavía tenemos *manos* y podemos *actuar* con ellas. Solo las manos son capaces de *elección*, de tener libertad de acción.

La dominación perfecta es aquella en la que todos los humanos solamente jueguen. Juvenal caracterizó con la expresión *panem et circenses* aquella sociedad romana en la que ya no era posible la acción política. La gente se calla con comida gratis y juegos espectaculares. Renta básica y juegos de ordenador serían la versión moderna de *panem et circenses*.

DE LA POSESIÓN A LAS EXPERIENCIAS

Experimentar significa, abstractamente formulado, consumir información. Hoy queremos *experimentar* más que *poseer*, *ser* más que *tener*. Experimentar es una forma de *ser*. Erich Fromm escribe en *¿Tener o ser?*: «Tener se refiere a *cosas* [...]. Ser se refiere a *experiencias* [...]».¹ La crítica de Fromm a la sociedad moderna, más orientada al tener que al ser, no es hoy del todo acertada, porque vivimos en una sociedad de la experiencia y la comunicación, que prefiere el ser al tener. La antigua máxima del «Yo soy tanto más cuanto más *tengo*» ya no tiene aplicación. La nueva máxima del experimentar es: «Yo soy tanto más cuanto más *experimento*».

Programas de televisión como *Bares für Rares** dan un testimonio elocuente del imperceptible cambio de paradigma que se está produciendo. De forma indolora, casi sin corazón, nos separamos de las cosas que

* «Dinero en efectivo por objetos raros.» En el espectáculo, los concursantes presentan cada uno una rareza o una antigüedad que han llevado consigo. Una vez realizado un peritaje, ofrecen el objeto a un grupo variable de cinco personas para su venta y, desde luego, al mejor postor. (N. del T.)

antes eran cosas queridas. Significativamente, la mayoría de los participantes en el programa quieren emplear en viajes los billetes que les entregan en mano, como si los viajes fuesen rituales de separación de las cosas. Los recuerdos conservados en las cosas dejan súbitamente de tener valor. Tienen que dejar paso a nuevas experiencias. Parece claro que la gente de hoy ya no es capaz de quedarse con las cosas, ni de vivificarlas haciendo de ellas sus fieles compañeras. Las cosas queridas suponen un vínculo libidinal intenso. En la actualidad no queremos atarnos a las cosas ni a las personas. Los vínculos son inoportunos. Restan posibilidades a la experiencia, es decir, a la *libertad en el sentido consumista*.

Hasta del consumo de cosas esperamos ahora *experiencias*. El contenido informativo de las cosas, la imagen de una marca, por ejemplo, es más importante que el valor de uso. De las cosas percibimos sobre todo la información que contienen. Al adquirir cosas, compramos y consumimos emociones. Los productos se cargan de emociones mediante alguna *storytelling*. Para la creación de valor es crucial la producción de *información distintiva* que prometa a los consumidores experiencias especiales o la experiencia de lo especial. La información es siempre más importante que el aspecto de la mercancía. El contenido estético-cultural de una mercancía es el verdadero producto. La economía de la experiencia sustituye a la economía de la cosa.

La información no es tan fácil de poseer como las cosas. Esto deja la impresión de que la información

pertenece a todos. La posesión define el paradigma de las cosas. El mundo de la información no está hecho para la posesión, puesto que en él rige el *acceso*. Los vínculos con cosas o lugares son reemplazados por el acceso temporal a redes y plataformas. La *sharing economy* debilita también la identificación con las cosas, que es lo que constituye la *posesión*. Esta se funda en la permanencia. Ya la continua necesidad de movilidad dificulta la identificación con las cosas y los lugares. Estos ejercen cada vez menos influencia en la formación de nuestra identidad. Hoy la identidad la determina principalmente la información. Nos *producimos a nosotros mismos* en los medios sociales. La expresión francesa «se produire» significa *ponerse en escena. Nos escenificamos a nosotros mismos. Representamos nuestra identidad*.

La transición de la posesión al acceso implica, según Jeremy Rifkin, un profundo cambio de paradigma que provocará cambios drásticos en la vida humana. Rifkin llega a predecir el advenimiento de un nuevo tipo humano: «Acceso, *access*, es la metáfora más potente de la próxima era. [...] [en un mundo en el que las relaciones personales de propiedad se han considerado como una extensión del propio ser y “medida del hombre”], la reducción de su importancia en el comercio sugiere un cambio importantísimo en la manera en que las generaciones futuras percibirán la naturaleza humana. Efectivamente, es muy probable que un mundo estructurado en torno a las relaciones de acceso produzca un tipo muy diferente de ser humano».²

El ser humano desinteresado de las cosas, de las posesiones, no se somete a la «moral de las cosas», basada en el trabajo y la propiedad.³ Quiere jugar más que trabajar, experimentar y disfrutar más que poseer. También la economía muestra rasgos lúdicos en su fase cultural. La puesta en escena y la representación adquieren cada vez más importancia. Por eso es cada vez más frecuente que la producción cultural, es decir, la producción de información, adapte procesos artísticos. La *creatividad* es su divisa.

En la era de las no-cosas puede percibirse un tono utópico en la *posesión*. La intimidad y la interioridad caracterizan a la posesión. Solo una relación intensa con las cosas las convierte en una posesión. Los aparatos electrónicos no los *poseemos*. Los productos de consumo acaban tan pronto en la basura porque no los usamos, porque ya no los *poseemos*. La posesión se interioriza y se carga de contenidos psicológicos. Las cosas que poseemos son contenedores de sentimientos y recuerdos. La *historia* que se deposita en las cosas mediante un largo uso les confiere un valor sentimental. Pero solo las *cosas discretas* pueden cobrar vida por un intenso apego libidinal. Los bienes de consumo actuales son indiscretos, intrusivos y chismosos. Vienen ya sobrecargados de ideas preconcebidas y de emociones que se imponen al consumidor. Apenas entra nada de la vida personal.

La posesión es, según Walter Benjamin, «la relación más profunda que se puede tener con las cosas».⁴ El coleccionista es el propietario ideal de las

cosas. Benjamin hace del coleccionista una figura utópica, un futuro salvador de las cosas. Su tarea es la «transfiguración de las cosas». No solo «sueña con un mundo lejano o pasado, sino también con un mundo mejor en el que, aun estando los hombres tan poco provistos de lo que necesitan como en el cotidiano, las cosas estén libres de la servidumbre de ser útiles».⁵

En ese futuro utópico, el ser humano hace un uso muy diferente de las cosas, que ya no es el de *consumir*. El coleccionista, salvador de las cosas, se entrega al trabajo de Sísifo de «despojar a las cosas, mediante su posesión, del carácter de mercancía».⁶ El coleccionista de Benjamin está menos interesado en la utilidad y el valor de uso de las cosas que en su historia y fisonomía. La época, el paisaje, el oficio y los poseedores de que proceden cristalizan en sus manos en una «enciclopedia mágica, cuya sustancia es el destino de su objeto».⁷ El verdadero coleccionista es lo contrario del consumidor. Es un intérprete del destino, un fisonomista del mundo de las cosas: «Apenas las tiene [las cosas] en sus manos, parecen incitarle a contemplarlas en su lejanía».⁸

Benjamin cita la conocida sentencia latina: *Habent sua fata libelli* [«Los libros tienen su destino»]. Según su forma de interpretarla, el libro tiene un destino en tanto que es una cosa, una posesión. Muestra marcas materiales que le prestan una historia. Un libro electrónico no es una *cosa*, sino una *información*. Su ser es de una condición completamente diferente. No es, aunque dispongamos de él, una

posesión, sino un *acceso*. En el libro electrónico, el libro se reduce a su valor de información. Carece de edad, lugar, productor y propietario. Carece por completo de la lejanía aurática desde la que nos hablaría un destino individual. El destino no encaja en el orden digital. Las informaciones no tienen ni fisonomía ni destino. Ni admiten un vínculo intenso. Por eso no hay del libro electrónico un *ejemplar*. La *mano* del propietario da a un libro un rostro inconfundible, una fisonomía. Los libros electrónicos no tienen rostro ni historia. Se leen sin las *manos*. El acto de *hojear* es *táctil*, algo constitutivo de toda *relación*. Sin el tacto físico, no se crean vínculos.

Nuestro futuro no será la utopía de Benjamin, en la que las cosas se liberen de su carácter de mercancía. La *edad de las cosas* ha terminado. Programas de televisión como *Bares für Rares* demuestran que, en la actualidad, hasta las cosas queridas se mercantilizan sin piedad. El capitalismo de la información constituye una forma intensificada del capitalismo. A diferencia del capitalismo industrial, convierte también lo inmaterial en mercancía. La vida misma adquiere forma de mercancía. Se comercializan muchas relaciones humanas. Los medios sociales explotan completamente la comunicación. Plataformas como Airbnb comercializan la hospitalidad. El capitalismo de la información está conquistando todos los rincones de nuestra vida; es más, de nuestra alma. Los afectos humanos son sustituidos por valoraciones o likes. Los amigos se cuentan en números. La cultura está

completamente al servicio de la mercancía. La historia de un lugar también se explota, *storytelling* mediante, como fuente de plusvalía. Los productos se aderezan con microrrelatos. La diferencia entre cultura y comercio desaparece a ojos vistas. Las instituciones de cultura se presentan como marcas rentables.

La cultura tiene su origen en la comunidad. Transmite valores simbólicos que fundan una comunidad. Cuanto más se convierte la cultura en mercancía, tanto más se aleja de su origen. La comercialización y mercantilización total de la cultura ha tenido por efecto la destrucción de la comunidad. La *community* que tan a menudo invocan las plataformas digitales es una forma de comunidad mercantil. La comunidad como mercancía es el fin de la comunidad.

SMARTPHONE

Al comenzar su implantación, el teléfono se rodeó del aura de un poder en paridad con el destino. Su timbre era como una orden que había que obedecer. En *Infancia en Berlín hacia 1900* Benjamin describe lo indefenso que se sentía ante el siniestro poder del aparato:

En aquellos tiempos, el teléfono estaba colgado, despreciado y proscrito, en un rincón del fondo del corredor, entre la cesta de la ropa sucia y el gasómetro, donde las llamadas no hacían sino aumentar los sobresaltos de las viviendas berlinesas. Cuando llegaba, después de recorrer a tientas el oscuro tubo, apenas dueño de mí mismo, para acabar con el alboroto, y arrancando los dos auriculares que pesaban como halteras, encajando mi cabeza entre ellos, quedaba entregado a la merced de la voz que hablaba. No había nada que suavizara la autoridad inquietante con la que me asaltaba. Impotente, sentía cómo me arrebatava el conocimiento del tiempo, deber y propósito, cómo aniquilaba mis propios pensamientos, y al igual que el médium obedece a la voz que se apodera de él desde el más allá, me rendía a lo primero que se me proponía por teléfono.¹

El medio es el mensaje. El teléfono que sonaba en el corredor oscuro, cuyas dos partes pesaban como mancuernas, prefiguraba el mensaje y le daba un tono inquietante. Los sonidos de las primeras llamadas telefónicas eran «ruidos nocturnos». El teléfono móvil que guardamos hoy en el bolsillo del pantalón no tiene la *gravedad del destino*. Es manejable y ligero. Lo dominamos en el sentido literal de la palabra. El destino es ese poder extraño que nos *inmoviliza*. Y el mensaje como *voz del destino* nos concede poca libertad. Pero la sola *movilidad* del smartphone nos da una sensación de libertad. Su sonido no asusta a nadie. Nada en el teléfono móvil nos obliga a una pasividad indefensa. Nadie está a merced de la *voz del otro*.

Los continuos toqueteos y deslizamientos sobre el smartphone son un gesto casi litúrgico que masifica la relación con el mundo. La información que no me interesa la borro en un instante. En cambio, los contenidos que me gustan puedo ampliarlos con los dedos. Tengo el mundo completamente bajo control. El mundo tiene que cumplir conmigo. El smartphone refuerza así el egocentrismo. Al tocar su pantalla, someto el mundo a mis necesidades. El mundo parece estar *digitalmente a mi entera disposición*.

El sentido del tacto es, según Roland Barthes, «el más desmitificador [...], al contrario de la vista, que es el más mágico».² *Lo bello en sentido enfático es intocable. Impone distancia*. Ante lo sublime, retrocedemos con reverencia. En la oración juntamos las manos. El sentido del tacto anula la distancia. No es

capaz de asombrar. Desmitifica, desaturiza y profana lo que toca. La pantalla táctil compensa la *negatividad de lo otro, de lo no disponible*. Generaliza la *compulsión háptica* de tenerlo todo a nuestra disposición. En la era del smartphone, hasta el sentido de la vista se somete a la compulsión háptica y pierde su lado mágico. Extravía el asombro. La visión que anula la distancia y consume se adhiere al sentido del tacto y profana el mundo. Ante ella, el mundo solo aparece en su disponibilidad. El tacto del dedo índice hace que todo sea consumible. El dedo índice que pide artículos o comidas necesariamente traslada su hábito consumista a otros ámbitos. Todo lo que toca adquiere forma de mercancía. En Tinder degrada al otro a objeto sexual. Privado de su *otredad*, el otro también se torna objeto consumible.

En la comunicación digital, el *otro* está cada vez menos presente. Con el smartphone nos retiramos a una burbuja que nos blindo frente al otro. En la comunicación digital, la forma de dirigirse otros a menudo desaparece. Al otro no se le *llama* para hablar. Preferimos escribir mensajes de texto, en lugar de llamar, porque al escribir estamos menos expuestos al trato directo. Así desaparece el *otro como voz*.

La comunicación a través del smartphone es una comunicación descorporeizada y sin visión del otro. La comunidad tiene una dimensión física. Ya por faltar corporeidad, la comunicación digital debilita la comunidad. La vista solidifica la comunidad. La digitalización hace desaparecer al *otro como mirada*.

La ausencia de la mirada es también responsable de la pérdida de empatía en la era digital. De hecho, al niño pequeño se le niega la mirada cuando la persona con la que se relaciona mira fijamente el smartphone. Solo en la mirada de la madre halla el niño pequeño apoyo, autoafirmación y comunidad. La mirada construye la confianza original. La ausencia de la mirada conduce a una relación perturbada con uno mismo y con el otro.

El smartphone se diferencia del teléfono móvil convencional en que no solo es un teléfono, sino también, y ante todo, un medio que combina imágenes e información. El mundo se vuelve plenamente disponible y accesible en el momento en que es consumible, en que se objetiva como imagen. «[La palabra alemana] *Bild* [“imagen”] significa [...] aquello que resuena en la locución: *wir sind über etwas im Bilde* [“estamos enterados, o al tanto, de algo”] [...]. *Estar im Bilde* sobre algo significa: tener [*stellen*] ante sí el ente tal como se presenta, y, así dispuesto [*gestellt*], tenerlo constantemente delante.»³ El smartphone dispone el mundo, es decir, *se hace con él*, representándolo en imágenes. La cámara y la pantalla son elementos capitales del smartphone porque fuerzan la *conversión del mundo en imagen*. Las imágenes digitales transmutan el mundo en *información disponible*. El smartphone es un *Ge-Stell* [un armazón] en el sentido heideggeriano, que, como esencia de la técnica, unifica todas las formas de hacer que algo esté disponible, como encargar, presentar o producir. El siguiente paso en la civilización será la conversión del mundo en imagen.

Consistirá en recrear el mundo *a partir de imágenes*, es decir, en producir una *realidad hiperreal*.

El mundo se compone de cosas en tanto que objetos. La palabra «objeto» deriva del verbo latino *obicere*, que significa echarse hacia delante, oponerse, ser contrario. La negatividad de la resistencia le es inherente. El objeto es originalmente algo que se me opone y se me resiste. Los objetos digitales no tienen la negatividad del *obicere*. No noto resistencia alguna en él. El smartphone es *smart* porque quita resistencia a la realidad. Ya su superficie lisa produce una sensación de ausencia de resistencia. En su tersa superficie táctil todo parece dócil y agradable. Con un clic, o la yema de un dedo, todo es accesible y disponible. Con su suave superficie se comporta como un *lisonjero digital* que nos arranca permanentemente un *me gusta*. Los medios digitales superan eficazmente las resistencias espaciotemporales. Pero justamente la *negatividad de la resistencia* es constitutiva de la *experiencia*. La no resistencia digital, el entorno *smart*, conduce a una pobreza del mundo y de la experiencia.

El smartphone es el principal infómata de nuestro tiempo. No solo hace superfluas muchas cosas, sino que escamotea las cosas del mundo al reducirlas a información. Hasta lo cósmico del smartphone se retira a un segundo plano en favor de la información. No lo percibimos en lo que específicamente es. En su apariencia, los smartphones apenas se diferencian unos de otros. Miramos *a través de ellos* hacia la infoesfera. Un reloj analógico nos proporciona información

relacionada con el tiempo, pero no es un infómata, sino una cosa, incluso una *alhaja*. Lo cósmico es su componente principal.

La sociedad dominada por la información y los infómatas no saben de *adornos*. El adorno fue originariamente la *vestimenta espléndida*. Las no-cosas están desnudas. Lo *decorativo*, lo *ornamental* es característico de las cosas. Con ello, la vida se reafirma en que ella es más que funcionamiento. Lo ornamental era en el Barroco un *theatrum dei*, un teatro para dioses. Si subordinamos completamente la vida a funciones e informaciones, desterramos de ella lo divino. El smartphone es un símbolo de nuestro tiempo. Nada en él aparece *guarnecido*. La *tersura* y las *líneas rectas* dominan. También la comunicación a través de él carece de la *magia de las formas bellas*. En ella prevalece la *línea recta*, que encuentra su mejor expresión en los *impulsos*. El smartphone exagera aún más la hipercomunicación, que todo lo allana, lo suaviza y, a la postre, lo uniformiza. Vivimos en una «sociedad de singularidades», mas, paradójicamente, lo singular, lo incomparable, apenas se manifiesta.

Hoy llevamos el smartphone a todas partes y delegamos nuestras percepciones en el aparato. Percibimos la realidad a través de la pantalla. La ventana digital diluye la realidad en información, que luego *registramos*. No hay *contacto con cosas*. Se las priva de su *presencia*. Ya no percibimos los *latidos materiales* de la realidad. La percepción se torna luz incorpórea. El smartphone irrealiza el mundo.

Las cosas no nos espían. Por eso tenemos *confianza* en ellas. El smartphone, en cambio, no solo es un infómata, sino un informante muy eficiente que vigila permanentemente a su usuario. Quien sabe lo que sucede en su interior algorítmico se siente con razón perseguido por él. Él nos controla y programa. No somos nosotros los que utilizamos el smartphone, sino el smartphone el que nos utiliza a nosotros. El verdadero actor es el smartphone. Estamos a merced de ese informante digital, tras cuya superficie diferentes actores nos dirigen y nos distraen.

El smartphone no solo tiene aspectos emancipadores. La continua accesibilidad no se diferencia en gran medida de la servidumbre. El smartphone se revela como un campo de trabajo móvil en el que nos encerramos voluntariamente. El smartphone es también un *pornófono*. Nos desnudamos voluntariamente. Funciona como un confesonario portátil. Prolonga el «poderío sagrado del confesonario»⁴ en otra forma.

Cada dominación tiene su particular devoción. El teólogo Ernst Troeltsch habla de «los cautivadores objetos devocionales de la imaginación popular».⁵ Estabilizan la dominación al hacerla habitual y anclarla en el cuerpo. Ser devoto es ser sumiso. El smartphone se ha establecido como devocionario del régimen neoliberal. Como aparato de sumisión, se asemeja al rosario, que es tan móvil y manejable como el *gadget* digital. El like es el amén digital. Cuando damos al botón de «Me gusta», nos sometemos al aparato de la dominación.

Plataformas como Facebook o Google son los nuevos señores feudales. Incansables, labramos sus tierras y producimos datos valiosos, de los que ellos luego sacan provecho. Nos sentimos libres, pero estamos completamente explotados, vigilados y controlados. En un sistema que explota la libertad, no se crea ninguna resistencia. La dominación se consuma en el momento en que concuerda con la libertad.

Hacia el final de su libro *La era del capitalismo de la vigilancia*, Shoshana Zuboff evoca la resistencia colectiva que precedió a la caída del Muro de Berlín: «El Muro de Berlín cayó por muchas razones, pero, sobre todo, porque la gente de Berlín oriental se dijo: «¡Ya está bien! [...] ¡Basta!». Tomemos esto como nuestra declaración». ⁶ El sistema comunista, que *suprime* la libertad, difiere fundamentalmente del capitalismo neoliberal de la vigilancia, que *explota* la libertad. Somos demasiado dependientes de la droga digital, y vivimos aturridos por la fiebre de la comunicación, de modo que no hay ningún «¡Basta!», ninguna voz de resistencia. El romanticismo revolucionario está aquí de más. Con su *truismo* «Protect Me From What I Want», la artista conceptual Jenny Holzer ha expresado una verdad que parece habersele escapado a Shoshana Zuboff.

El régimen neoliberal es en sí mismo *smart*. El poder *smart* no funciona con mandamientos y prohibiciones. No nos hace dóciles, sino dependientes y adictos. En lugar de quebrantar nuestra voluntad, sirve a nuestras necesidades. Quiere complacernos.

Es permisivo, no represivo. No nos impone el silencio. Más bien nos incita y anima continuamente a comunicar y compartir nuestras opiniones, preferencias, necesidades y deseos. Y hasta a contar nuestras vidas. Al ser tan amistoso, es decir, *smart*, hace invisible su intención de dominio. El sujeto sometido ni siquiera es consciente de su sometimiento. Se imagina que es libre. El capitalismo consumado es el capitalismo del «Me gusta». Gracias a su permisividad no tiene que temer ninguna resistencia, ninguna revolución.

Dada nuestra relación casi simbiótica con el smartphone, se presume ahora que este representa un objeto de transición. Objeto de transición llama el psicoanalista Donald Winnicott a aquellas cosas que posibilitan en el niño pequeño una transición segura a la realidad. Solo por medio de los objetos de transición crea el niño un espacio de juego, un «espacio intermedio» ⁷ en el que «se relaja como si estuviera en un lugar de descanso seguro y no conflictivo». ⁸ Los objetos de transición construyen un puente hacia la realidad, hacia el otro, que se sustrae a su fantasía infantil de omnipotencia. Desde muy temprano, los niños pequeños agarran objetos como los extremos de un cobertor o una almohada para llevárselos a la boca o acariciarse con ellos. Más adelante toman un objeto entero como una muñeca o un peluche. Los objetos de transición cumplen una importante función vital. Dan al niño una sensación de seguridad. Le quitan el miedo a estar solo. Crean confianza y seguridad. Gracias a los objetos de transición, el niño

se desarrolla lentamente en el mundo que lo rodea. Son las primeras *cosas del mundo* que estabilizan la vida de la primera infancia.

El niño mantiene una relación muy intensa e íntima con su objeto de transición. El objeto de transición no debe alterarse ni lavarse. Nada tiene que interrumpir la experiencia de su cercanía. El niño entra en pánico cuando extravía su objeto querido. Aunque el objeto de transición es una posesión suya, tiene cierta vida propia. Para el niño se presenta como una entidad independiente y personal. Los objetos de transición abren un espacio *dialógico* en el cual el niño encuentra al *otro*.

Cuando extraviamos nuestro smartphone, el pánico es total. También tenemos una relación íntima con él. De ahí que no nos guste dejarlo en otras manos. ¿Puede entonces compararse a un objeto de transición? ¿Sería como un oso de peluche digital? Esto se contradice con el hecho de que el smartphone es un objeto narcisista. El objeto de transición encarna al *otro*. El niño habla y se acurruca con él como si fuera otra persona. Pero nadie se arrima al smartphone. Nadie lo percibe propiamente como un otro. A diferencia del objeto de transición, no representa una cosa querida que sea insustituible. Al fin y al cabo, compramos regularmente un nuevo smartphone.

El juego con el objeto de transición encierra una analogía con las actividades creativas posteriores, como el arte. Abre un espacio libre para el juego. El niño se imagina a sí mismo como objeto de transi-

ción. Da rienda suelta a sus fantasías. Carga de simbolismos el objeto de transición. Deviene en un recipiente de sus sueños. En cambio, el smartphone, que nos inunda de estímulos, reprime la imaginación. Los objetos de transición son *pobres en estímulos*. Por eso intensifican y estructuran la atención. La sobrecarga sensorial que emana del smartphone fragmenta la atención y desestabiliza la psique, mientras que el objeto de transición tiene un efecto estabilizador.

Los objetos de transición fundan una *relación con el otro*. Con el smartphone tenemos, por el contrario, una relación narcisista. Guarda muchas similitudes con los llamados «objetos autistas». También podemos llamarlos «objetos narcisistas». Los objetos de transición son *blandos*. El niño se acurruca con ellos. Al hacerlo, no se siente a sí mismo, sino al *otro*. Los objetos autistas son *duros*: «La dureza del objeto permite al niño sentir, mediante la manipulación y la presión, no tanto el objeto como a sí mismo».⁹ Los objetos autistas carecen de la *dimensión de la otredad*. No estimulan la imaginación. Su manejo es repetitivo y poco creativo. Lo *repetitivo*, lo *compulsivo*, también caracteriza a la relación con el smartphone.

Los objetos autistas son, como los objetos de transición, un sustituto de la persona que falta, pero la reducen a un *objeto*. La despojan de su *otredad*: «Con los objetos autistas hemos puesto el ejemplo extremo de que los objetos ocupan el lugar de las personas; es más, sirven justo para escapar de los imponderables y las separaciones siempre posibles que inevitablemente

conlleven las relaciones con las personas que actúan de forma autónoma y, lo que es más radical, para no percibir en absoluto a las otras personas como tales». ¹⁰ La similitud entre el smartphone y los objetos autistas salta a la vista. A diferencia del objeto de transición, el smartphone es *duro*. El smartphone no es un oso de peluche digital. Más bien es un objeto narcisista y autista en el que uno no siente a otro, sino ante todo *a sí mismo*. Como resultado, también destruye la empatía. Con el smartphone nos retiramos a una esfera narcisista protegida de los *imponderables del otro*. Hace que la otra persona esté *disponible* al transformarla en objeto. Convierte el *tú* en un *ello*. La *desaparición del otro* es precisamente la razón ontológica por la que el smartphone hace que nos sintamos solos. Hoy nos comunicamos de forma tan compulsiva y excesiva porque estamos solos y notamos un vacío. Pero esta hipercomunicación no es satisfactoria. Solo hace más honda la soledad, porque falta la *presencia del otro*.

SELFIS

La foto analógica es una *cosa*. No pocas veces la guardamos cuidadosamente como una cosa querida. Su frágil materialidad la expone al envejecimiento, a la decadencia. Nace y sufre la muerte: «[...] como un organismo viviente, nace a partir de los granos de plata que germinan, alcanza su pleno desarrollo durante un momento, luego envejece. Atacada por la luz, por la humedad, empalidece, se extenua, desaparece [...]».¹ La fotografía analógica también encarna la transitoriedad de lo real. El objeto fotografiado se aleja inexorablemente en el pasado. La fotografía conoce el *duelo*.

Un drama de muerte y resurrección domina la teoría de la fotografía de Barthes, que puede leerse como un elogio de la fotografía analógica. Como cosa frágil, la fotografía está condenada a morir, pero también es un medio de resurrección. Capta los rayos de luz que emanan de lo fotografiado y los graba en granos de plata. No se limita a recordar a los muertos. Más bien, hace posible una *experiencia de su presencia* devolviéndoles la *vida*. Es un «ectoplasma», una «emanación del referente»,² una misteriosa alquimia

de la inmortalidad: «[...] el cuerpo amado es inmortalizado por mediación de un metal precioso, la plata [...]; a lo cual habría que añadir la idea de que este metal, como todos los metales de la Alquimia, es viviente».³ La fotografía es el cordón umbilical que conecta el cuerpo querido con el que lo mira más allá de la muerte. Lo ayuda a renacer, lo redime de la descomposición tras la muerte. La fotografía «tiene algo que ver con la resurrección».⁴

En *La cámara lúcida* late un duelo excesivo. Barthes invoca en él con insistencia a su madre muerta. Comentando una fotografía de su madre que el libro no reproduce (*brilla por su ausencia*), escribe: «Así, la Fotografía del Invernadero, por descolorida que esté, es para mí el tesoro de los rayos que emanaban de mi madre siendo niña, de sus cabellos, de su piel, de su vestido, de su mirada, *aquel día*».⁵ Barthes escribe Fotografía con mayúscula, como si fuera una fórmula de redención, un *shibboleth* para la resurrección.

La experiencia de la caducidad de la vida humana, reforzada por la fotografía, crea una necesidad de redención. Así, también Agamben vincula la fotografía con la idea de resurrección. La fotografía es una «profecía del cuerpo glorioso».⁶ Del sujeto fotografiado emana un «callado apóstrofe», una «exigencia de redención».⁷ «El sujeto capturado en la foto exige algo de nosotros. [...] Incluso si la persona fotografiada estuviera hoy del todo olvidada, incluso si su nombre estuviera borrado para siempre de la memoria de los hombres, incluso a pesar de todo eso

—o, quizá, precisamente por todo ello—, esa persona [...] exige no ser olvidad[a]».⁸ El *ángel de la fotografía* renueva siempre la promesa de una resurrección. Es un ángel de la memoria y de la redención. Él nos eleva por encima de la caducidad de la vida.

La fotografía analógica transfiere al papel las radiaciones lumínicas que emite el objeto a través del negativo. Por su propia naturaleza, es una *fotoimagen*. En la cámara oscura, la luz renace. Entonces es una *cámara clara*. El medio digital, en cambio, transforma los rayos de luz en datos, es decir, en relaciones numéricas. En los datos *no hay luz*. No son *ni claros ni oscuros*. Interrumpen la *luz* de la vida. El medio digital rompe la relación mágica que conecta el objeto con la fotografía a través de la luz. «Analógico» significa similar. La química tiene una relación análoga con la luz. Los rayos de luz que emanan del objeto se conservan en granos de plata. En cambio, no hay ninguna similitud, ninguna analogía entre la luz y los números. El medio digital *traduce* la luz a datos. La luz se pierde en el proceso. En la fotografía digital, la alquimia deja paso a la matemática. Desencanta la fotografía.

La fotografía analógica es un «certificado de presencia».⁹ Da testimonio del «esto ha sido».¹⁰ Está *enamorada de la realidad*: «Lo que me interesa de una fotografía es únicamente que me muestre algo que existe, que vea en ella ni más ni menos que “¡eso existió!”».¹¹ Si el «esto ha sido» es la *verdad de la fotografía*, la fotografía digital es una *mera apariencia*. La

fotografía digital *no es una emanación, sino una eliminación del objeto*. No tiene un vínculo intenso, íntimo y libidinal con el objeto. No profundiza, no se enamora del objeto. No lo llama, no dialoga con él. No se funda en un encuentro único e irrevocable con el objeto. La visión se delega en el aparato. La posibilidad del posterior procesamiento digital debilita el vínculo con el objeto. Hace imposible el *fervor por la realidad*. Separada del objeto, la fotografía se torna autorreferencial. La inteligencia artificial genera una nueva realidad ampliada que *no existe*, una hiperrealidad que ya no guarda ninguna correspondencia con la realidad, con el objeto real. La fotografía digital es hiperreal.

La fotografía analógica como medio de la memoria cuenta una *historia, un destino*. Un *horizonte novelesco* la rodea: «La fecha forma parte de la foto [...] porque hace pensar, obliga a sopesar la vida, la muerte, la inexorable extinción de las generaciones: es *posible* que Ernest, el pequeño colegial fotografiado en 1931 por Kertész, viva todavía en la actualidad (pero ¿dónde? ¿cómo? ¡Qué novela!)».¹² La fotografía digital no es *novelesca*, sino episódica. El smartphone produce una fotografía con una temporalidad completamente diferente, una fotografía sin profundidad temporal, sin extensión novelesca, una fotografía sin destino ni memoria, esto es, una *fotografía momentánea*.

Walter Benjamin observa que, en la fotografía, el valor de exposición desplaza cada vez más el valor de culto. Pero el valor de culto no se retira de la fotografía

sin resistencia. El «rostro humano» es su última trinchera. Así, el retrato era central en la fotografía primitiva. El valor de culto pervive en el «culto al recuerdo de los seres queridos lejanos o difuntos». La «expresión fugaz de un rostro humano» crea esa aura que confiere a la fotografía una «belleza melancólica que no se puede comparar con nada».¹³

El rostro humano vuelve a conquistar la fotografía en forma de selfis. La selfi hace de él una *face*. Las plataformas digitales como Facebook lo demuestran. A diferencia del retrato analógico, la selfi se carga hasta reventar de valor de exposición. El valor de culto desaparece por completo. La selfi es la cara exhibida sin aura. Le falta esa belleza «melancólica». Se caracteriza por una *alegría digital*.

El narcisismo solo no agota lo esencial de la selfi. Lo nuevo de la selfi tiene que ver con su *condición*. La selfi no es una cosa, sino una *información*, una *no-cosa*. También en la fotografía ocurre que las no-cosas desplazan a las cosas. Pero el smartphone hace desaparecer las *cosas fotográficas*. Las selfis, que son información, solo tienen sentido dentro de la comunicación digital. Hacen desaparecer el recuerdo, el destino y la historia.

La Fotografía de la madre de Barthes es una cosa, y una cosa querida. Es la expresión pura de su persona. Ella *es* la madre. En ella, la madre está presente en una *cosa*. Ella *materializa* su presencia. Como cosa querida, se sustrae totalmente a la comunicación. La exhibición la destruiría. Precisamente por

eso, Barthes no la reproduce en su libro, aunque hable de ella incesantemente. El *secreto* es su esencia. *Arca* remite a caja (*arca*). La Fotografía de Barthes se guarda en la caja, en un sitio más *recóndito*, como un secreto. Pierde toda su magia en el momento en que se muestra a los demás. Su dueño la guarda solo *para él*. Este *para sí* es esencialmente ajeno a las selfis y a las fotos digitales. Estas son una comunicación visual, una *información*. Hacerse selfis es un acto comunicativo. Por tanto, *deben* ser expuestos a la mirada ajena, ser compartidos. Su esencia es la *exhibición*, mientras que el *secreto* caracteriza a la Fotografía.

Las selfis no se hacen para guardarlas. No son un medio de la memoria. Por eso no se hacen copias de ellas. Como cualquier información, están ligadas a la actualidad. Las *repeticiones* no tienen sentido. Las selfis solo se conocen una vez. Su condición se asemeja a la de un mensaje oído en un contestador automático. La comunicación digital de imágenes las relega a la condición de mera información. El Snapchat Messenger, que borra las fotos a los pocos segundos, corresponde a su esencia. Tienen la misma duración que los mensajes verbales. Otras fotos que tomamos con nuestros smartphones también se tratan como información. Nada hay en ellas que se parezca a una cosa. Su condición es fundamentalmente distinta de la de las fotografías analógicas. Estas son más cosas perdurables que no-cosas instantáneas.

El Snapchat Messenger consume la *comunicación digital instantánea*. Representa el tiempo digital en su

forma más pura. *Solo cuenta el momento*. Su *story* no es una *historia* en el sentido propio de la palabra. No es narrativo, sino aditivo. Se agota en un encadenamiento de instantáneas. El tiempo digital se compone de una mera secuencia de presentes puntuales. Carece de toda *continuidad narrativa*. Hace a la vida misma fugaz. Los objetos digitales no nos permiten *detenernos*. En esto se diferencian de las cosas.

Las selfis se distinguen por su carácter lúdico. La comunicación digital tiene rasgos lúdicos. *Phono sapiens* descubre la comunicación como su campo de juego. Es más *Homo ludens* que *Homo faber*. La comunicación de imágenes por medio de la fotografía digital es mucho más apropiada para jugar y teatralizar que la comunicación puramente escrita.

Como las selfis son ante todo comunicaciones, tienden a ser *chismosas*. De ahí que en ellas prevalezcan también las poses extremas. No existe una selfi silenciosa. Los retratos analógicos, en cambio, suelen ser *silenciosos*. No reclaman atención. Es precisamente este silencio el que les da su fuerza expresiva. Las selfis son ruidosas, pero su expresión es pobre. Debido al sobredimensionamiento, parecen máscaras. La extensión de la comunicación de imágenes digitales al rostro humano tiene consecuencias. Este adquiere *forma de mercancía*. Benjamin habría dicho que pierde enteramente su *aura*.

Los retratos analógicos son una especie de *naturaleza detenida*. Tienen que expresar a la *persona*. Por eso, ante la cámara, nos preocupamos mucho por dar

una imagen que esté en armonía con nosotros mismos, por acercarnos a nuestra imagen interior, por sentirla. Hacemos una pausa. Nos volvemos hacia dentro. Por eso, es frecuente que los retratos analógicos parezcan serios. Las poses también son discretas. Las selfis, en cambio, no son un testimonio de la persona. Las expresiones faciales estandarizadas, como la *duckface*, ni siquiera permiten la expresión de la persona. Con la lengua fuera y guiñando un ojo, todas parecen iguales. Nos *inventamos a nosotros mismos*, es decir, nos *ponemos en escena* en diferentes poses y papeles.

El selfi anuncia la desaparición de la persona cargada de destino e historia. Expresa la forma de vida que se entrega lúdicamente al momento. Las selfis no conocen el duelo. La muerte y la fugacidad les son del todo ajenas. Las *funeral selfies* indican la ausencia de duelo. Son selfis tomadas en los entierros. Junto a los féretros, la gente sonríe alegre a la cámara. Se contraría a la muerte con un irónico *soy yo*. Pero también podríamos llamar a esto el *duelo digital*.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

En un nivel más profundo, el pensamiento es un proceso resueltamente *analógico*. Antes de captar el mundo en conceptos, se ve *apresado*, incluso *afectado* por él. Lo *afectivo* es esencial para el pensamiento humano. *La primera afectación del pensamiento es la carne de gallina*. La inteligencia artificial no puede pensar porque no se le pone la carne de gallina. Le falta la dimensión afectivo-analógica, la emoción que los datos y la información no pueden comportar.

El pensamiento parte de una *totalidad* que precede a los conceptos, las ideas y la información. Se mueve ya en un «campo de experiencia»¹ antes de dirigirse específicamente a los objetos y los hechos que encuentra en él. La totalidad de lo existente a la que se enfrenta el pensamiento, se le abre inicialmente en un medio *afectivo*, en una disposición anímica: «La disposición anímica (*Stimmung*) ha abierto ya el ser-en-el-mundo como un todo, y esto es lo primero que hace posible un dirigirse hacia...».² Antes de que el pensamiento se dirija hacia algo, *se encuentra* ya en una disposición anímica básica. Este *encontrarse* en una disposición anímica caracteriza