

El sentido de lo nuevo en la economía cultural de internet

*José Alberto Sánchez Martínez**

Lo profano se entiende cada vez más como una isla en el océano de la cultura, que debe ser protegida del oleaje de las mareas.

BORIS GROYS

RESUMEN

Trabajo acerca de internet y de la economía cultural que de ella se deriva. A menudo, el concepto de economía suele argumentarse desde la dimensión monetaria, pero lo que aquí se sigue es una lectura sustentada en la dimensión de la cultura digital. La economía cultural ha sido ampliamente trabajada por Boris Groys, filósofo alemán que se ha preocupado, entre otros temas, por el sentido de lo nuevo, las políticas de lo inmortal y los archivos. En cierta medida este trabajo es un alegato de sus ideas aplicadas a internet, conceptos no distantes, además de claves para comprender el universo de la vida cibermediática. ¿Qué es lo nuevo en internet?, ¿cómo se constituye lo nuevo?, ¿qué papel desempeña la tecnología en la constitución de lo nuevo?, ¿qué significa lo nuevo en el ciberespacio del siglo XXI?

PALABRAS CLAVE: economía cultural, cibermedia, tecnología, lo nuevo.

ABSTRACT

This paper centers on the internet and the cultural economy that it generates. While the concept of economy is frequently presented from a monetary perspective, here, we attempt a different reading and approach the subject from the viewpoint of digital culture. Cultural economy has been thoroughly analyzed by Boris Groys, a German philosopher concerned, among other aspects, on the notion of the new, the politics of the immortal and the archives. To a certain extent, this work represents a defense of Groys's ideas applied to the internet, these concepts are not too distant from each other, but they are also key to

* Profesor-investigador en el Departamento de Relaciones Sociales de la UAM-Xochimilco. Colaborador de la revista digital de análisis literarios *Espéculo*, de la Universidad Complutense de Madrid.

understanding the universe of cybermediatic life. What is new on the internet?, How the new is created?, What role does technology play in the construction of the new?, What does the new mean in the world of XXI Century cyberspace?

KEY WORDS: cultural economy, cybermedia, technology, the new.

METÁFORAS DE INTERNET

De inicio podría establecerse una pregunta: ¿aún podemos utilizar metáforas holísticas para comprender el ciberespacio? La metáfora más sólida y a la vez más débil es la del hombre que se separa de la cultura material a partir de las tecnologías digitales e internet: la figura del hombre que, integrado al orden de lo tecnológico, queda desvinculado de su propia esencia, condición de ser. Esta metáfora, valga la precisión, ha tatuado el propio cuerpo de la historia moderna, que va de la sociedad industrial a la posindustrial hasta llegar a las sociedades digitales.

La metáfora, muy insistida por distintas teorías socioculturales, reza un poco bajo los siguientes cánones: hombre digital toma distancia de la cultura desprendiéndose de la física del mundo, deslocalizándose en un viaje que lo lleva a la construcción de la virtualidad como nueva morada ciberespacial, una virtualidad técnica, derivada del contacto con internet y la computadora. Ciberdólico, transforma su hábitat en un espacio de flujos informativos, desterritorializa su identidad, se instituye en el anonimato –aunque con nuevos matices de control– y da paso a la interacción desvinculada de la relación social cara a cara: *computer medium*.

Tal vez sea esta la primera metáfora relacionada con la aparición de internet, ella alimentó gran parte de las preocupaciones que llevaron a emprender los primeros estudios relacionados con el nacimiento de la esfera digital, basada en la rápida y a la vez lenta migración de las estructuras materiales a una condición inmaterial. En este primer momento las indagaciones tendieron a cuestionar qué era ese ambiente inmaterial, a saber si ese ambiente, tenía un valor de realidad (dicotomía: real/virtual). Es posible decir que ese

debate ya fue superado, en el entredicho de que la virtualidad es en sí misma realidad, constituye también lo real.

De hecho, aunque gran parte de la reflexión consistió en posturas filosóficas, ya estaba implícita una noción que apuntaba a la construcción de una nueva economía cultural, que podríamos definir como un nuevo espacio de administración de los valores económicos, políticos y sociales, mediados por lo virtual. Pensemos en conceptos que acompañaron un largo proceso: imagen (Henri Bergson), información (Simondon), multiplicidad/desterritorialización (Guilles Deleuze), no-lugar (Marc Auge), simulacro (Jean Baudrillard), universos incorpóreos (Félix Guattari), desaparición-velocidad (Paul Virilio), entre otros.

Todos estos autores esbozaron un mapa completo de teorías-metáforas que intentaron captar la transformación tecnológica justo donde el humano abandona su hábitat para internarse en un meandro de sensaciones simuladas. El ciberespacio, hijo de la tecnología del capital posindustrial, abrió una zanja en la vida social, espiritual, corporal. Internet, como medio de micromedios –redes sociales–, se convirtió en una interposición entre nuestras presencias; aquello que era presencia quedó deslocalizada, afectada por una presencia sustituta, simulada, presencia que en un primer momento sólo le concernía al hombre; sin embargo, poco a poco el problema se trasladó al universo material –efecto 3D–, de ahí la gran impronta de pensar lo digital y la realidad virtual como ejes representativos del mundo nuevo y de lo nuevo en ese mundo. Las complicaciones del nuevo conflicto entre presencia y ausencia derivado de la digitalización y la aparición emergente de las realidades virtuales tecnológicas no han sido menores.¹ Gran parte de ese conflicto, ha sido resuelto por las ciencias sociales, esgrimiendo que las tecnologías de información y comunicación, dos funciones operativas del ciberespacio, no anulan la presencia

¹ A lo largo de la historia de la vida del hombre el problema de la separación entre presencia y ausencia ha sido recurrente, podemos distinguir tres grandes momentos: la Época Clásica postsocrática alimentada por Platón, donde la ausencia es la base de la construcción de la realidad (idealismo); la Edad Media, donde la presencia del hombre queda desplazada por la de Dios; y la época capitalista, donde el hombre está presente sólo mediante la acumulación de capital. Desde luego estas nociones no agotan el problema, pero permiten entender la emergencia de lo digital como un nuevo modelo para pensar la presencia y la ausencia.

del ser humano, no lo desaparecen, sino que el ciberespacio se conforma de la presencia simbólica del ser humano, a partir de un entramado complejo de apropiaciones particulares en espacios concretos, contextualizados de la cultura. Para muchos teóricos, el ciberespacio –y quizá la tecnología en sí misma– no es sino una herramienta utilitaria que potencializa y transforma las formas clásicas de la comunicación, en ese juego, el papel del ser humano consiste en apropiarse y reconfigurar las tecnologías más que quedar completamente determinado y definido por ellas (Markley y Kendrich, 2001).

Pero por otro lado, habría que cuestionar hasta dónde el sentido de apropiación y reconfiguración ya está determinado en la misma cultura *off-line* del ser humano. Ahí valdría la pena pensar en el reclamo que gritan los defensores de la utopía internet (*hackers*) y más reciente la subcultura de los fanáticos creadores (*fanmakers*), quienes argumentan que internet, así como el universo de artefactos tecnológicos, no ha tenido aún un sentido de apropiación, sino que es el reflejo avanzado del control sobre el ser humano, y que tal apropiación no es sino el mecanismo simulado de desarrollo, del cual la metáfora más reciente que definiría el ciberespacio es el hombre-red-Web 2.0. Esta nueva noción metafórica concuerda con la teoría posmoderna donde el universo de artefactos tecnológicos ha creado una hiperrealidad –el conocimiento de la realidad por medio de imágenes–, una cultura *xerox*: la copia como dispositivo económico informal, pero también como dispositivo homogeneizador de la cultura-red-digital.

La copia, cabría añadir, es el centro neurálgico de los debates en la economía cultural de internet; plantea la paradoja fundamental de la cultura digital, debatiéndose como un elemento ilegítimo desde un discurso meramente monetario, sin expedir razones significativas salvo el dinero; por otro lado, aparece como la prerrogativa que permite evadir el control del ciberespacio y también como la única forma de mantener los valores fundamentales de la filosofía de la libre información: equilibrio cultural.

Modelos metafóricos del debate internet

a) Figura holística	La tecnología subsume, traga al hombre desplazándolo de su condición humana.
b) Figura mediática (noción científica/ antropológica)	La tecnología es una herramienta, un medio cuya apropiación está determinada por la cultura específica de cada usuario.
c) Figura <i>Xerox</i>	La tecnología condiciona la apropiación desde la cultura misma, creando nuevas condiciones de control y un nuevo humanismo.

Estas tres metáforas permiten esbozar un dibujo complejo del rostro de internet, un dibujo que representa el esquema de transformación de las sociedades contemporáneas. Más que su propia definición, constitución, anclaje o identidad, internet permite entender el dilema en el cual se encuentran las sociedades del naciente siglo XXI, sociedades en proceso, indefinidas, desterritorializadas. Al mismo tiempo, internet representa, en la pirámide de la historia de la tecnología, la piedra más alta, a partir de la cual el universo de la tecnología ha cobrado empatía potencializadora, de ahí que todos los resquicios de la vida, que van de la economía hasta la política, están virtualizándose funcionalmente.

LO NUEVO Y LA TECNOLOGÍA

Aquí aparece el fantasma de lo nuevo, en ese proceso, en esa indefinición. Internet representa, desde sus orígenes, el sentido de lo nuevo, distintas asociaciones que han sido preocupación teórica, desde ámbitos filosóficos hasta antropológicos y literarios –porque la literatura está explorando demasiado el dilema-internet–,² le hacen referencia como una novedad. Lo nuevo que representa internet ha dirigido la construcción de discursos tanto sociales como académicos, siempre desde las nociones de cambio, transformación, movimiento, mutación, multiplicidad; conceptos presentes en el

² Sobre temas de internet tratados desde la condición literaria fuera del cyberpunk y la ciencia ficción, véanse Monnier (2007), Barico (2006), Avilés (2008), Vila-Matas (2010), Zaid (2009), Castañeda (2010) y Silva (2009).

último tramo de la filosofía y de las ciencias sociales y que, baste decir, han provocado un ambiente de debates sugestivos, donde muchas veces se visualiza a un hombre cada vez más lejano de las viejas nociones de cultura, de valor, de sentido, de sensibilidad, de percepción: el *homo virtualis* como *homo novus*,³ hombre que vive anclado al futuro, puesto a distanciarse de la memoria, para quien su legado no es otra cosa sino el sistema digital aposentado en archivos e información. No es casualidad que Manfred Osten haya señalado que una característica central de la modernidad tecnológica consistió en la invención de la tecla borrar. Desde luego, esto no quiere decir que la aparición de lo nuevo esté asociada a la destrucción de las tradiciones, como comúnmente se piensa; al contrario, para Osten, el efecto borradura es una característica de la tradición que termina siendo integrada en la cultura tecnológica.

En Europa [...] desde la Revolución Francesa, la metáfora de la erradicación y eliminación de la memoria y del recuerdo está indisolublemente unida de manera inmediata con el concepto del progreso como un ordenamiento del tiempo orientado exclusivamente hacia el futuro [Osten, 2008:22-23].

Y esto debería parecernos una mejor posición para pensar la intervención de internet como metáfora de lo nuevo, asimismo el peligro que se corre al interponerlo como novedad desde y sólo en los discursos, sin hacer observancia de las condiciones, características, dilemas. La impronta de la aparición de internet como herramienta social de comunicación, conllevó a resaltar la idea de progreso, su presencia no sólo permitió futurizar las sociedades industriales y posindustriales (actualizarlas) desde la condición técnica, sino que permitió reordenar los discursos del poder que conllevaban al progreso, esto es algo muy vigente en los usos actuales de internet. Particularmente la educación institucional y la política están esgrimiendo discursividad sobre la novedad técnica:

³ Corrientes teóricas de los posestructuralistas, posmodernistas, sobremodernistas, o hipermodernistas, tienen en su haber alusiones al sentido de distanciamiento cultural que ejerce el sujeto contemporáneo, a la señalización de la intervención técnica en la construcción de las subjetividades. De ahí se derivan nociones como trasmodernidad o cultura poshumana.

e-learning, e-comercio, e-política, la tríada futurista del e-progreso. Debemos sospechar que esa actualización discursiva del e-progreso es el gran peligro de nuestro tiempo, porque el espacio de la tecnología-internet está siendo ganado por estructuras económicas poderosas, a menudo las que determinan y exponen las condiciones del uso tanto técnico –el más peligroso–, como simbólico. El único interés de esas estructuras estriba en justificar funciones libertarias de la tecnología en nombre de lo nuevo, a menudo libertad inexistente; piénsese en el terreno del *hardware*, Windows, o las arquitecturas 64 bits, o en Apple que, justificando vivir sin virus, obligan a un consumo particularizado de accesorios. Es verdad lo que decía Octavio Paz, que la técnica elimina la imagen del mundo; habría que añadir que también construye otra imagen, una imagen-espectáculo. La libertad fue el discurso del progreso, también lo es del e-progreso, de ahí que la sociedad digital lo adapte como sentido de lo nuevo, esto es algo que la política (e-política), la economía (e-comercio), ventas (*e-marketing*), educación (*e-learning*) están explotando, so pretexto de novedad.

Pero el problema discursivo no ha sido menor. La aparición de la ciencia ficción (1920), también llamada literatura de anticipación, probablemente tenga su arranque en la contra-idea de progreso tecnológico. No para avalar sino como anticipación a los efectos del discurso: frente a la consistencia del discurso progresista maquinal, la ciencia ficción anticipa paisajes, planos, panoramas donde la intervención tecnológica desvincula a los seres humanos de su esencia, quedando a merced de un poder que controla. En ese sentido, la metáfora más utilizada por la ciencia ficción ha sido el robot; las sociedades robotizadas como efecto de lo nuevo han quedado dibujadas en una memoria futura o en recuerdos inventados: de 1984 a *Matrix*.

Tras la robotización, la supercomputación, las nanomáquinas, todas imágenes de lo nuevo, la ciencia ficción ha generado, probablemente, el mayor discurso crítico contra el progreso mecánico dirigido y excluyente. Intentando anticiparse a escenarios tecnofantasmales, la ciencia ficción ha mostrado el debilitamiento del imaginario colectivo en las apropiaciones tecnológicas sociales, poniendo particular énfasis al problema de la dirección y administración de tales condiciones, que van desde usos, lógicas de mercado, administración de ideologías, hasta construcciones simbólicas. La pregunta quizá más significativa que podría deducirse de

este panorama, y que probablemente planteó la ciencia ficción es: ¿qué ocurre si la tecnología no pasa por la imaginación, si se inserta directamente en la realidad como realidad?⁴ Pensar en la imaginación implica pensar en la creatividad, en una forma más compleja de la apropiación.

La respuesta de esa pregunta no forma parte únicamente de la tecnología de las máquinas, es una pregunta que tiene distintos planos de aplicación y que puede hacerse desde distintos contextos. Lo que me preocupa particularmente es el esbozo de una respuesta en la sociedad digital, pero ante todo en la economía cultural internet, que discursivamente sigue presente como lo nuevo.

BORIS GROYS Y EL SENTIDO DE LO NUEVO

Boris Groys nació en Berlín en 1947.⁵ Aunque profesional e intelectualmente reconocido como filósofo, gran parte de su obra gira alrededor del pensamiento estético, preocupación que permite intuir su gusto por el arte; y es que la presencia del arte es una especie de fantasma prácticamente de toda su obra, se encuentra ahí merodeando todo el tiempo; cabe señalar que ese fantasma permite la construcción singular de las principales ideas que estructuran su obra: el desiderátum del valor cultural, el archivo, el sentido de lo nuevo, el espacio submediático –conceptos todos que le permiten construir una crítica acerca de la economía cultural de las sociedades contemporáneas.

Dichas ideas se encuentran argumentadas en la economía cultural de las sociedades-medios a partir de lo cual construye su teoría de la sospecha. Hablar de la sociedad-medio implica pensar una delimitación espacio-tiempo longitudinal, que pasaría por tres etapas: la industrial, la posindustrial y la digital. En ellas, el punto convergente radica en el producto cultural –objeto cultural– que

⁴ Para una contextualización más detallada de estos apuntes, véanse Moreno (2003); Bassa y Freixas (1993).

⁵ La obra de Boris Groys es extensa y la gran mayoría no está traducida al español ni al inglés. Por lo que en este trabajo seguimos el argumento únicamente de cuatro libros: *Sobre lo nuevo. Ensayo de una economía cultural*; *Bajo sospecha. Una fenomenología de los medios*; *Política de la inmortalidad*; y *Art Power*.

aparece valorizado, archivado y jerarquizado, características que conllevan a la disquisición de lo nuevo. El pensamiento de Boris Groys puede ser aplicado a cualquiera de estos tres niveles históricos, quedando enmarcado por la condición del medio y el espacio submediático como punto de partida en su obra.

El concepto de medio en Groys no remite al sentido mediático de canal, que proviene de los modelos clásicos de comunicación donde el medio era entendido como estructura de paso de información, sino que se refiere a un cúmulo de superficies complejas y simbólicamente entrelazadas en el mismo medio, donde cada una interviene en la constitución del valor jerárquico de la información. En ese sentido, no se trata de hablar sólo de televisión, radio entre más, sino de distintos soportes mediáticos que acompañan el proceso, como instituciones, personas, la cultura, el discurso y el papel de archivo: para Groys el medio debe ser entendido a partir de los soportes mediáticos que lo sostienen, es decir, contexto e individuos. El medio aparece entonces íntimamente ligado a la sospecha, a lo que llama economía de la sospecha, un valor que se oculta en la dimensión íntima del medio: “el mundo debe ser forzado a confesar y mostrar su interior. El artista debe comenzar por reducir, destruir y eliminar con violencia lo exterior, para liberar el interior” (Groys, 2008b:36).

La fuente de la sospecha proviene del arte, de ahí que el medio adquiera una significación mucho más abierta, al orden de lo extendido, es decir, donde todo objeto en tanto producto –sueño de la producción– adquiere sentido de medio: vivimos rodeados de una realidad mediática, no en el sentido de medio de comunicación, sino de medio de constitución, somos seres mediales, por ello cada época emite su propio sentido de valor al producto simbólico e instituye por lo mismo una economía cultural, que exige, determina lo nuevo y las formas de circulación.

El medio es una superficie y sospechar implica ponerse del lado de lo submediático, espacio que se convierte en la esencia del medio, que está oculto pero también oculta, y que pertenece a una doble naturaleza. Pensemos en “la crítica”, en tanto acción reflexiva, como un medio; ella constituye el espacio a partir del cual se generan ciertas referencias, ¿en qué medida estas referencias son del orden de lo superficial del medio o producto de la sospecha y el trato con el espacio submediático? Intentamos suponer que toda crítica obedece

a la ruptura de la lógica común de mirar el mundo y su constitución, sin embargo, la naturaleza mediática del contexto estandariza los valores de lo que llamamos “crítico”. No podemos negar que mucha de la crítica circulatoria en el mundo social aparece superficializada por estructuras de la economía cultural a menudo determinadas por valores como la fama, el dinero, el éxito, la presencia volátil en las pantallas: fama de superficie mediática, que deja fuera el valor constitutivo de lo submediático, o por lo menos genera una economía cultural donde lo superficial establece una estructura jerarquizante e instituyente de lo nuevo.

Pero no siempre penetrar en lo submediático conlleva a establecer algo nuevo, pues lo nuevo depende de la economía cultural del contexto social que se trate, es verdad que se puede intervenir o confrontar la dinámica de lo nuevo para la creación de algo nuevo, a menudo a partir de un juego de intersecciones entre distintos rubros significativos; sin embargo, también cabe pensar, que el juego no garantiza la creación de lo nuevo, tal como ha ocurrido con obras artísticas, científicas, filosóficas, reconocidas mucho tiempo después. En tal caso, lo nuevo aparece desfigurado en el tiempo presente, o configurado en un tiempo futuro donde las condiciones aún no son propicias para su completa visualización. “[...] hoy nadie quiere alojar su originalidad en el futuro” (Groys, 2005:55).

En ese sentido Groys propone algunas categorías para pensar la problemática relativa a lo nuevo en la economía de la cultura moderna: la autenticidad, la dicotomía entre el espacio profano y el espacio sacro del producto cultural, el problema de la verdad y la permanencia en el mercado. Estas categorías aunque explican la dimensión de un debate sobre problemas de condiciones culturales analógicas, permiten muy bien debatir el problema en las sociedades digitales que, baste decir, son producto de una significativa migración de nuestra estructura física y material.

DEBATIENDO LO NUEVO EN INTERNET

No es el espacio para hacer una historia de los conflictos que permiten entender distintas nociones de la apropiación de internet como

espacio de confrontación social de la información, sus libertades, necesidades y demás. En primer lugar porque ya hay mucho material sobre esos debates, en segundo, porque ello implicaría acceder a otro nivel de discusión que no le concerniría al problema de lo nuevo. Sin embargo, es importante partir de una fecha histórica, la década de 1960, en la cual tiene su génesis la naturaleza dividida de internet. Esto se refiere al hecho de que a partir de ahí internet comienza a ser constituido por dos prácticas que podríamos llamar de dominio cultural de superficie y de dominio subcultural de creación: cultura y subcultura de internet. Esto ha sido llamado conflicto entre la internet de mercado y la de apropiación creativa, a menudo guiada por los *hackers*, entendiendo a estos últimos como sujetos interesados en un constructivismo colectivo de libre acceso, basado en la creatividad y la crítica del uso de internet.

Lo que debe interesarnos es la constitución de internet a partir de esa fecha, en la que nace la noción instituida de mercado y la noción ilegítima de subcultura, una lucha en el terreno cultural plagada de intereses diversos por imponer valores, sentidos de valor a la información, en la que hasta nuestros días, se debate la economía cultural de internet. Lo nuevo en internet, dentro de ese conflicto, quedó determinado por la cultura dominante del mercado, sin duda, la historia de Microsoft es modelo de un relato global. Por su parte, la subcultura digital se concentró en la lucha por crear modelos de usos alternos de internet. De manera que en la tecnología, donde quedaría incluido internet, lo nuevo, no sólo brota de estructuras dominantes, sino de sus opuestos, aquellos que imponen creativamente significados alternos a las máquinas. La moda, que es un síntoma de lo nuevo, una de sus expresiones, a veces de resignificación de productos simbólicos del pasado, tiene el mismo funcionamiento, nace como ser alterno, pero forma parte de las estructuras dominantes.

Es innegable que la condición digital estructuró las formas tradicionales de la economía cultural en *un* totalmente *otro*: una sociedad fluida. La cibercultura no es otra cosa sino el universo del eterno fluir: internet pondera el valor del flujo a toda realidad social. Sin embargo, para tomar una metáfora económica, a mayor fluidez mayor volatilidad, eso mismo forma parte de la lógica virtual, que inscribe la volatilidad en las estructuras locales de la vida social: todo lo que tenía raíz debe abandonarla si quiere sobrevivir. Esa

es una exigencia de lo nuevo para quien quiere formar parte de lo representativo. La virtualidad es el último eslabón de la globalización, su crecimiento va de la mano de una compleja relación con lo local. De ahí que uno de los problemas del mundo contemporáneo consiste en que vivimos muy asediados por la diferenciación, la reivindicación de la particularidad como estatuto de diferencia; sin embargo, el canon virtual, que es parte de la lógica simbólica del mundo global, no permite el encuentro de esa diferenciación, sino que la subyuga a la igualdad a través del discurso técnico, en esto tiene mucho que ver, también, la supresión de la capacidad de abstraer del sujeto por la cultura *pop*, no como cualidad filosófica, sino como capacidad de teorizar el mundo circundante por medio de la imaginación, la reflexión, el pensamiento. De manera que la diferencia en la cibercultura suele presentarse siempre como lo nuevo, lo cual implica que estaríamos hablando de lo nuevo como un modelo de simplificación, tal como lo muestra la arquitectura electrónica que va simplificando las máquinas de comunicación en pos de un mayor impacto económico.⁶ ¿Cómo contrarrestar la simplificación, qué persigue esa simplificación? Hay que sospechar que la simplificación construye un muro entre la constitución discursiva de la tecnología y la vida real de esa tecnología, el único momento en el cual tienen comunicación es en el acto del consumo, y a partir de ese juego-consumo se logra evadir una posible relación entre los niveles institucionales y los comerciales, siendo estos últimos los determinantes, pues ellos imprimen la lógica de lo nuevo. Ello explica la enorme brecha digital, que se suele aminorar sólo desde parámetros discursivos de novedad (Enciclomedia, e-México).⁷ La simplificación, en última instancia, obnubila al sujeto, desviándolo hacia el parámetro más referencial, a menudo lo más superficial, lo más distribuido, lo más consumido: la opción única.

⁶ Si se revisa la historia del crecimiento tecnológico, podemos ver cómo las arquitecturas del *hardware* y el *software* han desarrollado modelos simplificados –Windows y recientemente Apple–, y ahora en la guerra del *socialware*, base de las redes sociales. El impacto ha sido tan grande, que incluso Linux ha simplificado sus modelos para conservar representatividad como contradiscurso, ejemplo de ello es UBUNTU.

⁷ Véanse Enciclomedia [www.encyclomedia.edu.mx] y e-México [www.e-mexico.gob.mx].

Boris Groys señala, un poco a modo de explicación de esto, que el sujeto sólo puede ser sujeto en tanto permanezca en un espacio de indecibilidad, es decir, que debe ser impronunciable para poder sostenerse; en el momento que el sujeto se objetiva, se vuelve decible y pierde su cualidad de ser abstracto. Desde Nietzsche, pasando por Heidegger, Foucault, entre otros, es común hablar de la desaparición del sujeto, ¿y si internet no es sino la desaparición del sujeto desaparecido, una forma más de ocultamiento en el disfraz de lo nuevo? La lucha que se señaló anteriormente, entre la cultura y la subcultura en internet, han tratado de mostrar este problema, la intervención de la tecnología en la construcción de un *sujeto*. La objetividad quedaría definida por una cultura de mercado presente en internet, justificada por nociones de redes sociales de diversión, entretenimiento, corriendo el riesgo de adaptar esa herramienta bajo los mismos criterios, si no se interviene en la construcción crítica y creativa de acuerdo con contextos diferenciados. De este modo, una parte de la virtualidad se ha convertido en nuestra superficie y representa lo nuevo sacrificando en muchos de los casos lo indecible, la indecibilidad. Para los *hackers*, quienes han propuesto avances significativos en la constitución de la tecnología digital, ha quedado gobernada por superestructuras de poder económico que impiden el cumplimiento de los principios de internet: el acceso libre. Para ellos la desaparición del sujeto queda ejecutada a partir de la distancia entre máquina y ser humano, pues la población, potencialmente usuarios –recuérdese lo que señala Sherry Turkle, cuando marca una relación cercana entre usuario y consumidor de drogas–, queda impedida de involucrarse con la constitución de la máquina, queda fuera de, exiliado del ser de la máquina: es la raíz de lo nuevo en internet, la simplificación.

Proveniente de la descripción de la cultura del ordenador del final de los años setenta, es la perspectiva de aquellos que se han dado en llamar “usuarios”. Un usuario tiene un tipo de relación práctica con la máquina, pero no está interesado en la tecnología, excepto como algo que permite una aplicación. Los piratas informáticos son la antítesis de los usuarios. Están implicados pasionalmente con el dominio de la máquina [Turkle, 1995:43].

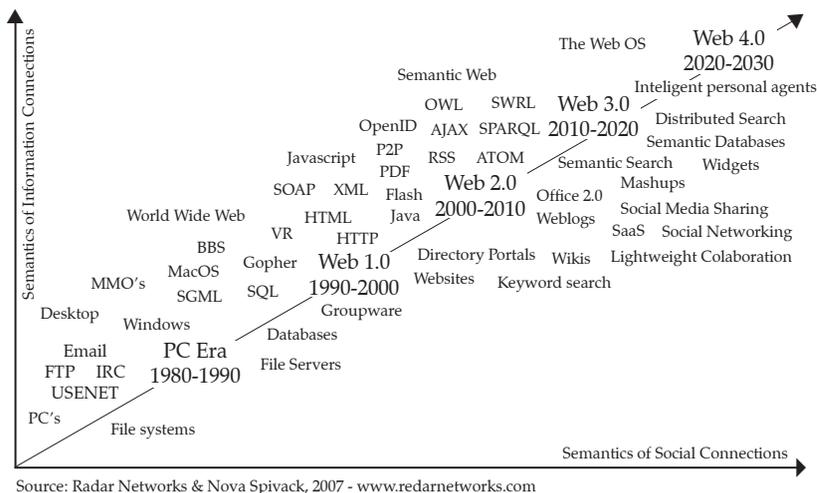
Una gran parte de lo nuevo en internet quedaría determinado por una migración al espacio virtual desde un ámbito técnico, la velocidad del intercambio comunicativo, la fluidez del mercado, el triunfo de la imagen como entorno simbólico de presentación (3D). Justificado desde el orden discursivo, la técnica representaría el espacio de objetivación del sujeto, mientras que los contenidos quedan determinados como reflejo de esa objetivación. ¿Dónde permanece la abstracción en internet, la capacidad del sujeto de no decirse?

Esto eliminaría la capacidad de producir la inmortalidad, si el sujeto está tecnificado, su diálogo es obligado a ejercerlo con los vivos, no con los muertos, este es el planteamiento más arriesgado de Boris Groys, para quien la economía simbólica sólo puede construirse desde el diálogo con los muertos, es decir, cuadros, obras, música:

Utilizamos todos estos dones de la economía simbólica que recibimos de los muertos. Y de ellos surge la exigencia que nos plantea, esta imposición de representarnos a nosotros mismos, de idear signos propios, de crear una imagen propia; fundamentalmente, de idear el propio entierro, el propio féretro, el propio cadáver. Esta es una exigencia que no proviene de la vida, no proviene de los vivos, y tampoco del contexto de una catástrofe real, viva. Ahí reside también la razón profunda de la deficiencia de la mayoría de las teorías sociológicas, que plantean sus argumentos en nombre de la sociedad, y en realidad se refieren sólo a la sociedad de los vivos [Groys, 2008c:47-48].

Para Groys el cadáver es el centro de la creación de la cultura, de sus valores. En el caso de internet, este cadáver es literalmente el sujeto que dialoga entre los vivos, podríamos llamarle a eso con el argot del lenguaje electrónico, “sindicación”, el acto de seguir a alguien en internet, perseguirlo en lo que dice, piensa, hace, con el fin de redistribuir lo que dice. Es un proceso técnico que está determinando los usos nuevos de internet, y que va de la mano de la contabilización de usuarios visitantes, lectores. Si internet representa el sentido de lo nuevo, ¿cómo quedaría integrado lo muerto, es decir, la cultura? La única respuesta significativa la da internet mismo, a partir de la copia, la cual, entonces, revive lo muerto, lo vuelve un zombi, y como en el imaginario de la cultura mediática el zombi causa terror, atenta contra la estabilidad del mercado, contra el orden

de lo original. Resumiendo, lo nuevo aparece permeado por una fuerte influencia de la técnica; si analizamos en un breve panorama la historia narrativa de internet veremos lo siguiente.



Esta secuencia histórica visual fue realizada por Ray Kurzweil,⁸ en ella se muestra todo el desarrollo de la *web* aplicada a las redes sociales y vislumbra el futuro de internet, donde se augura que la próxima generación Web 4.0 estará determinada por las WebOS, es decir sistemas operativos *on-line*. En todo caso, lo que resulta significativo es el sentido de novedad sobre el cual se plantean estos asuntos, evadiendo contextos que sugerirían preguntas como: ¿qué comunicaremos en esas redes?, ¿qué valor tendrá la información en tanto eje constitutivo de la educación de las personas (cibernautas)?

⁸ Véase Dan Farber, "From semantic web (3.0) to the WebOS (4.0)", *ZDNet* [<http://blogs.zdnet.com/BTL/?p=4499>], fecha de consulta: abril de 2010.

WEB 2.0 Y REDES SOCIALES: COPIA Y CULTURA SOCIAL

Técnicamente, las redes sociales –conocidas como tecnologías sociales de comunicación– son el escenario representativo de lo nuevo, su rápida y creciente expansión es un síntoma del impacto social que han tenido: *blogs*, cultura *share P2P*, *Facebook*, *Wikis* y *Twitter*, forman parte de la gran referencialidad del mundo electrónico. Sin embargo, las redes sociales son parte de una concepción particular de la cibercultura: la Web 2.0, modelo de internet basado en la libre publicación y participación colectiva, argumentada en la horizontalidad de la relación comunicativa y estructurada por servicios y aplicaciones gratuitas; plantea, dentro de otras cosas, un modelo de construcción colaborativa a partir del intercambio y la producción de información y conocimientos. Por lo menos esa era la figura dominante entre 1997 y 2004, periodo en el que se gestó la noción de que la Web 2.0 permitiría un verdadero despegue en el uso colaborativo y que nos llevaría a un ágora electrónica: la utopía de lo digital. Sin embargo, internet no ha llegado, probablemente por la fuerte presencia del mercado, a convertirse en la utopía. A menudo, bajo la imagen de lo nuevo y del despegue de la era virtual, se esconde un sinnúmero de desigualdades sociales, en este sentido, lo nuevo no es sino un remanente de la desigualdad y la diferenciación social, y muchas veces internet está sirviendo para descalificar o calificar a los sujetos sociales.

Pese a ello, la Web 2.0 ha creado espacios de complejidad en la economía de la cultura digital, en las formas de representar, de organizar el mundo y de legitimar la información, reforzadas por formas de registrar el mundo, de archivar la información y de atribuirle valores, es decir, a partir de una nueva valoración de la información y del sujeto que la produce. Los *blogs*, por ejemplo, han puesto un problema central a debate, el problema del autor. En la economía cultural analógica el autor formaba parte de un lugar privilegiado, su estatuto respondía a su localización como sacerdote de las ideas, de la creatividad y la opinión, en la mayoría de los casos esta condición formaba parte de la lógica mediática que respaldaba su figura y lo protegía: la palabra estaba protegida. Se trataba de un círculo amurallado de protección que garantizaba y resguardaba la legitimidad del conocimiento, de esta figura de resguardo provienen la mayor parte de los espacios

arquitectónicos donde descansa la memoria de la cultura analógica (bibliotecas, cinetecas, hemerotecas). Por su parte, la economía cultural digital expone la palabra, la libera potencialmente y la mezcla en un espacio multimedia: en la sociedad-analógica la palabra producía imagen, mientras que en la digital ésta se vuelve imagen. Los *blogs* profanan la condición de autor, la profanación digital lleva a producir una desfiguración de la cultura. Una de esas desfiguraciones es el creciente volumen de información, casi una promiscuidad informativa, en el sentido de que toda la realidad se vuelve latente de registrarse.

Los *blogs* son un micromedio en proceso que hoy han cambiado de rostro, pasando de ser espacios de coqueteo con la vida privada, de narración de la vida privada, a espacios de construcción de opinión, ensayo, información y distribución de arte, esto, sobre todo, por exigencia y disciplina que implica mantenerlo y al modelo emergente de red social de simplificación (*Facebook* y *Twitter*). Los *blogs* son hoy una herramienta potencial que, al igual que los foros de discusión, parecen mantenerse neutrales al proceso de transformación del ciberespacio. Digamos que los *blogs* son el rostro más antiguo de la Web 2.0, y al mismo tiempo la herramienta que marcó el inicio de una dinámica que más tarde llegaría a convertirse en las redes sociales.

La cultura digital, basada en la Web 2.0, redes sociales y la realidad virtual, a diferencia de la cultura analógica, se construye sobre la base de la participación del usuario como individuo particularizado, reconociendo que él propone el contenido de la comunicación de manera libre: la figura del *prosumidor* en Alvin Toffler y en McLuhan. Como consecuencia, internet plantea la transformación del espacio y el tiempo para acceder a la información, alterando con ello las formas tradicionales de valorarla y de archivarla. La biblioteca es sustituida por un disco duro, los contenidos son codificados a formatos para poderlos archivar, reproducirlos y compartirlos. De ahí que internet se haya convertido, sobre todo en el modelo de la Web 2.0, en un espacio de materiales culturales muy cercanos a la copia, poniendo con ello una fuerte discusión sobre el valor de originalidad en los productos culturales de la sociedad digital, donde lo original es una sombra que sólo sirve para la justificación discursivo-económica de las instituciones privadas nacidas en la sociedad analógica, en la que operaba un meticuloso control material

sobre el contenido y el producto cultural, pues hay que reconocer que la materialidad permite el control, más que la inmaterialidad: la copia, en cierta medida, es un proceso de deslocalización y desmaterialización del producto cultural, más de su contenido que de su soporte, aunque sea el soporte el que permita la transgresión de lo original. La copia podría considerarse, y en gran medida lo es en el mundo contemporáneo, el principal opositor político a la economía, entendiendo que este producto cultural, tras la era digital, queda en manos de la colectividad para su redistribución, de ahí que muchos teóricos, entre ellos Raúl Trejo Delarbre, planteen que internet difícilmente será regulable, y esto, en tanto la materialidad ya no forma parte de la consistencia del valor cultural: la copia forma parte de lo que los posmodernos llamaron, haciendo hincapié en la estructura mediático-virtual, mundos sin origen. El mundo sin origen presupone la creación de una figura sin modelo, o en su defecto, de un objeto cultural deslocalizado, desarraigado, su génesis se encuentra en un espacio flotante, volátil, y es intercambiable, pasajero, representando con ello la fugacidad y la vacuidad de la vida globalizada. En ese modelo, su regulación es compleja, pues no sólo forma parte de la estructura simbólica de estándares de percepción sensible o apreciación, sino que forma parte de una estructura económica sustentable para los grupos periféricos de las sociedades: la copia ya no puede ser condenada, defendida o juzgada sólo en materia de creatividad romántica.

En un libro ameno y lúcido llamado *La utopía de la copia*, Mercedes Bunz expone que la copia, en la sociedad digital, ha desplazado la metáfora de la utopía y, al mismo tiempo, la ha revitalizado: al principio de la era Web 2.0, estaba centrada en los usuarios y en la añoranza de una red libre. Hoy sabemos que internet no es un lugar libre, su dimensión de socio-acción-política⁹ probablemente sea la más devaluada, lo mismo podemos decir de la dimensión socio-educativa, que caen en un dominio exacerbado por parte de nociones de mercado y en un exagerado discurso técnico, pues los usuarios comprometidos con el uso y apropiación crítica de internet,

⁹ Es interesante discutir el problema del control y la censura en la sociedad digital, para ello puede consultarse el sitio: *Threatened Voices*, el cual exhibe casos y un mapeo de censura y persecución en el mundo por hacer uso de la libre expresión en la era de la internet [<http://threatened.globalvoicesonline.org>].

se han convertido en una minoría: y este es el verdadero peligro cultural de la sociedad digital, que la multiplicidad de valores, resultado de la pluralidad que permite la consistencia electrónica de la sociedad digital, tienda a construir un solo valor, el económico. Tal como advirtieron Cornelius Castoriadis y luego Octavio Paz, al hacer un balance de la transformación de la modernidad: para Castoriadis, el acenso de la insignificancia y para Paz el debilitamiento de la imaginación.

De acuerdo con Mercedes Bunz, la copia ha sido el principal motor de cambio de internet, ésta deviene en el elemento más peligroso pues, por un lado, a partir de ella se han estructurado las principales transformaciones: la defensa de internet tiene que ver con la copia como fuente de fuga y confrontación, en ese sentido la copia también representa lo nuevo. Por otro lado, la copia plantea un debate no menor: ¿qué se está copiando?, ¿qué contenidos son los redistribuidos?, ¿qué papel desempeña la copia en nuestra constitución digital? Bunz esgrime que naturalmente la cultura *pop* es la que está imponiendo la lógica de consumo y, lo paradójico, que el acto de copiar lo *pop* está irritando a los sistemas de control, irrumpiendo con ello la lógica analógica del mercado capitalista que ha querido apropiarse de internet. La lógica actual de internet, entre el mercado y sus defensores, consiste en haber caído en una especie de *electrofagia*, que paulatinamente se está irradiando a la cultura analógica, de la cual existe la economía llamada informal. Probablemente gracias a esto internet siga aún siendo un universo rico en exploración, y un modelo influyente en todos los órdenes de la vida social.

Es ahí, en la copia –entiéndase reproducción, redistribución, sindicación–, donde podría entenderse la verdadera acción política. En internet es mucho más político el que actúa participando en su construcción, ya sea montando un producto cultural –fotografías, cine, música– o redistribuyendo información o construyendo información, que aquel que sólo tiene su *e-mail* y su red social.

Internet es mucho más que usar *mail* o redes sociales, existen otros mundos más allá de *Facebook*. *BitTorrent* ha creado una base de datos descomunal de productos culturales, su dinámica ha permitido acceder –en el caso de usuarios responsables, es decir, no para usos comerciales sino para fines educativos y culturales, reconociendo siempre el autor– a una nueva concepción de memoria

histórica, pues ya no se trata de una perspectiva institucional que decide lo que debe o no archivarse, sino que una rica pluralidad de contenidos pueblan el ciberespacio. Pero esos contenidos no están en la superficie de internet, forman parte de una subcultura anti Google y anti Yahoo, persiguen la nueva utopía de una internet basada en la destitución de lo superficial, superfluo, ciertamente estamos hablando de la minoría. Pero esta visión también debería ser incorporada a la educación, resaltando que la economía cultural de internet se debate entre una fuerte tendencia a la superficialidad y el mercado, y otra que cree en la creatividad y la imaginación como elementos de una mejor apropiación: el sentido de lo nuevo no es otra cosa sino el componente de este debate.

BIBLIOGRAFÍA

- Avilés Fabila, René (2008), *El amor intangible*, Axial, México.
- Barico, Alessandro (2006), *Los bárbaros*, Anagrama, España, 2006
- Bassa, J. y Freixas, R. (1993), *El cine de ciencia ficción*, Paidós, España.
- Bunz, Mercedes (2007), *La utopía de la copia. El pop como irritación*, Interzona, Buenos Aires.
- Castañeda, Marina (2010), *Amores virtuales*, Plaza & Janes, México.
- Castoriadis, Cornelius (2002), *La insignificancia y la imaginación. Diálogos*, Trotta, España.
- Groys, Boris (2005), *Sobre lo nuevo. Ensayo de una economía cultural*, Pre-textos, España.
- (2008a), *Art Power*, The MIT Press, Estados Unidos.
- (2008b), *Bajo sospecha. Una fenomenología de los medios*, Pre-textos, España.
- (2008c), *Política de la inmortalidad*, Katz, Argentina.
- Markley, Robert y Kendrich, Michelle (2001), *El malestar de las realidades virtuales*, UAM/Verdehalago, México.
- Monnier, Alain (2007), *Notre seconde vie*, Flammarion, París.
- Moreno, H. (2003), *Cyberpunk: más allá de Matrix*, Círculo Latino, Barcelona.
- Osten, Manfred (2008), *La memoria robada. Los sistemas digitales y la destrucción de la cultura del recuerdo*, Siruela, España.
- Silva, Lorenzo (2009), *El blog del inquisidor*, Destino, España.
- Turkle, Sherry (1995), *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet*, Paidós, España.
- Vila-Matas, Enrique (2010), *Dublíneca*, Seix Barral, Barcelona.
- Zaid, Gabriel (2009), *El secreto de la fama*, Lumen, México.