

**En el Enjambre. Para una crítica de la opinión pública posmoderna Han, Byun-Chul (2014). *En el enjambre*. Herder, Barcelona, 110 pp.**  
Rafael Serrano (México).<sup>1</sup>

Byung-Chul Han realiza una aguda crítica a la ideología que transportan los procesos de globalización y analiza como esta ideología, neoliberal, captura el discurso del proceso civilizatorio y lo convierte en un poderoso instrumento de control social. Esta captura, dice, no conduce a una sociedad del bienestar sino a una sociedad del malestar: enferma, enajenada y neurótica, hundida en el paroxismo del rendimiento/éxito, anegada en sus portentosas tecnologías, donde los maravillosos avances de la ciencia y la tecnología sucumben ante las economías de mercado que no logran implantar estados prósperos y felices.

Estas críticas las plantea en sus ensayos *La sociedad del cansancio*, *La agonía de eros* y *La sociedad de la transparencia*. Ahora *En el enjambre*, Han nos muestra cómo los espacios digitales que transporta internet están modificando dramáticamente las formas de participación social y pública, creando una nueva urdimbre social que nos dibuja un paisaje que confirma sus críticas a la nueva sociedad del rendimiento. Le denomina *enjambre*. Veamos algunos escolios que surgen de la lectura de su texto:

El surgimiento del mundo digital y la instauración de la Galaxia Faraday clausuran la modernidad y sus utopías humanistas instauradas por la Galaxia Gutenberg.<sup>2</sup>

El predominio de la letra impresa, transportada en el dispositivo tecnológico de libro y en el aprendizaje de la escritura a través de la lectura, desplazó la oralidad, produjo un cambio cognitivo, cultural, social, económico que significó no sólo un cambio de época sino la instauración de una nueva empresa civilizatoria. McLuhan le llamó la *Galaxia Gutenberg* y que ahora, por la emergencia de las neo-técnicas, periclita ante la emergencia de una nueva galaxia, la de *Faraday*. El encuentro de la *galaxia Gutenberg* con la *galaxia Faraday* marca el fin de la época moderna y el inicio de un nuevo proyecto humano, posmoderno.

La *Galaxia Gutenberg* reorganizó la vida social, económica y política de las sociedades que instauraron lo que hoy llamamos modernidad. Esta conjunción social se inicia en el siglo XVI (la imprenta y el libro) y culmina con el advenimiento de la televisión, a mediados del siglo XX. La televisión introduce una *nueva oralidad*; una *deriva histórica* (McLuhan), distinguida del sistema de comunicación basado en el alfabeto y en el libro. A la conjunción de técnicas y medios que transportaban esta *oralidad secundaria* le llamó McLuhan *Galaxia Faraday*. Se concibe como un *ambiente* producto de los medios que usan la electricidad para transportar mensajes a grandes públicos (masas), a distancia y que trasciende las fronteras de los estados nacionales. De allí los términos: medios electrónicos, medios masivos y aldea global.

La *Galaxia Faraday* se sustenta en un conjunto de invenciones producidas en los siglos XIX y XX: el telégrafo en el siglo XIX, el teléfono y la radio a principios del siglo XX; la televisión a mediados del siglo XX y a finales del mismo, los medios digitales y el fenómeno del internet. Estas innovaciones hicieron que la profecía macluhiana se cumpliera: convertir a las sociedades en una gran aldea, interconectada globalmente, con un sistema cognitivo diferente/opuesto al abstracto-lineal de la *Galaxia Gutenberg*: un nuevo *sensurium humano* basado en lo que McLuhan llamó *medios táctiles* que permitan y permiten a nuestro cuerpo y a nuestra expresión participar en la producción, distribución y consumo de información, transformando los medios informativos en medios comunicativos.

En este nuevo escenario, Byung-Chul Han afirma que la *Galaxia Faraday* cambia radicalmente nuestra conducta, nuestras percepciones, nuestras sensaciones y nuestra convivencia tanto social como individual. Estos cambios, asegura Han, no sólo embriagan y colocan a la urdimbre humana en una situación prometeica sino que anuncian pérdidas culturales y procesos de destrucción de nuestros entornos. Estamos viviendo un profundo cambio civilizatorio que puede conducirnos a la catástrofe y no necesariamente a realizar las utopías del progreso en que se sustenta algunos discursos posmodernos.

Con el hecho digital se disuelven los conceptos clásicos de lo público y el público. Los shitstorms anegan lo público y disuelven a los públicos.

Para Han, lo público se constituía por el concepto del respeto: “deja de haber público donde desaparece el respeto”. Antes de la era digital, lo público era un espacio donde las personas se miraban unos a otros. Mirar significa, dice Han, reconocer la novedad o lo novedoso que transporta el interés y la opinión del otro; implica ir hacia atrás en el recuerdo, estimular la memoria, guardar distancia para comprender. El público que generó la escritura a través del dispositivo tecnológico libro, se constituía por personas/individuos, grupos de discusión alfabetizados que se informaban sobre la cosa pública (*res-pública*). Se concebían como grupos más o menos ilustrados que partían del *respeto* hacia los otros (públicos y personas); y que desde ese *respeto* [Han le llama “mirada lejana”: *pathos de la distancia*], discutían sobre los asuntos públicos. El ágora era el espacio público para *mirar al otro o a los otros*, sin curiosidad, respetuosamente.

Para Han, la pérdida del respeto, la distancia de lo otro y de los otros, desintegra al público. El público era, en el mundo moderno, un conjunto de individuos que se miran desde esta lejanía y que por tanto se respetaban porque no se inmiscuían en lo privado, no se privatizaba lo público. Lo público era aquello que surgía del respeto a los individuos privados. Pero también el respeto consiste en aceptar la novedad que transportan las opiniones de los otros. El público era un espacio de comprensión y entendimiento. Ahora, en el mundo posmoderno, dice Han, se ha dejado de mirar y se curiosear: se pasa del respeto al espectáculo que generalmente conduce al escándalo. Lo privado interviene y obtura el entendimiento, la comprensión; limita la confianza, genera poca credibilidad y por tanto debilita o anula los compromisos sociales. El público se convierte en un espacio irrespetuoso.

Siguiendo a Han, vivimos un proceso de privatización que no busca el entendimiento sino curiosear en lo privado, debilitando lo que es común y trascendente a todos. Lo público<sup>3</sup> refiere a aquello que pertenece a todos o que compete a todos, lo que está a la vista de todos y que remite a un espacio o a una serie de espacios para intercambiar información, es por su

naturaleza un acto de visibilidad de las opiniones de los individuos: una opinión pública. Lo privado, al contrario, refiere a hechos particulares que no son, no buscan, visibilidad, son opacos y no son necesariamente de interés público. Lo privado es un conjunto de acciones domésticas, propias, singulares que excluyen a los demás y que refieren a un *bios oikos*, a la vida en la casa y que se opone al carácter de la vida pública –*bios politikos*-<sup>4</sup>. Al privatizarse la opinión pública, ésta se vuelve opaca, particular, singular, narcisa y doméstica y pierde su función pública.

En la vida privada *se es* una presencia puesta *aquí y ahora*, un *ser ahí* y no una imagen o un objeto, una ausencia, como sucede en los espacios virtuales de la red. La era digital destruye esta diferenciación entre lo público y lo privado: se imponen las imágenes sobre el *ser ahí* y nace una cultura de la indiscreción que tiene su manifestación en la curiosidad pornográfica por lo privado. La opinión pública privatizada se rige por la curiosidad y el morbo. Una prueba de ello son las *shitstorms* que emergen en la red y que desplazan toda discusión pública tradicional por una lluvia de indignaciones, adulaciones o de asombros; formando *enjambres de opiniones* (los nuevos públicos) que se constelan ante *eventos escandalosos*; mezclas de asuntos públicos privatizados, que se llaman *trending-topics* (temas del momento). Lo público se disuelve en lo privado y lo privado se convierte en asunto de interés general. Ya no se puede mirar lo que sucede desde la vida pública sino desde la curiosidad privada y ausente. Y emergen *enjambres de opiniones* que sustituyen a los públicos de la modernidad.

En la era digital el anonimato genera desconfianza, mina la credibilidad y destruye el compromiso.

Han ha señalado que la era digital promueve el anonimato y éste extingue el compromiso y la fe en el nombre: “... el medio digital destruye el nombre, separa el mensaje del mensajero y la noticia del emisor”. Ser anónimo es declararse desconocido e implica la dramaturgia de no darse a conocer. Por otra parte, *estar o ser* virtual implica un *como si fuera, como si estuviera*; lo que provoca que el mensajero se escinda del mensaje (sin compromiso con lo que digo) y que la noticia no se ligue al emisor de la misma. El resultado es una pérdida de credibilidad en la fuente emisora que ahora basa su credibilidad

en lo verosímil más que en las certezas o la verdad de lo que se dice o propone. El uso de los tuits, del Facebook o de los mensajes en los celulares, etc., muestra como el anonimato o la virtualidad prescinde del compromiso que significa darse a conocer con verdad y certeza (base de la confianza y la credibilidad).

La naturaleza de los espacios en el medio digital impide construir diálogos racionantes. Los diálogos que auspicia se construyen con opiniones verosímiles: *opiniones como si fueran ciertas o verdaderas*, sin otras posibilidades de contrastación que no sean las que ofrece el mismo medio: lo que se ve, lo que se oye, lo que se fotografía o lo que se opina desde la ocurrencia. Además, las conversaciones en la red son efímeras; anudan, sobre todo, acuerdos en el corto plazo, son presentistas y no guardan distancia con respecto al pasado ni construyen futuro. Hay por tanto, una disolución de la confianza, ésta se hace líquida (Baumann) y evapora la credibilidad. En las redes, *el enjambre-público*, diría Han, se alimenta de eventualidades escandalosas, cuya eficacia se expresa en momentos coyunturales regidos por oleadas de opiniones que pueden provocar cambios o extinguirse, hacerse espuma, eventual y velozmente. No tienen la garantía de permanencia. El anonimato, en la interacción virtual, convierte al medio en indiscreto, regido por los afectos, las fobias o las filias, que encarnan en seres anónimos o virtuales que no se dan a conocer o que están ausentes o *como si* estuvieran presentes.

Los medios digitales descomponen el poder y provocan ruido comunicativo que desmontan el aura de credibilidad, el carisma de la clase política.

Para Han, el medio digital es un medio del afecto más que de la racionalidad. Funciona simétrica, activa y proactivamente, allana jerarquías y descompone al poder que es, por definición, jerárquico, asimétrico y reactivo. Desde esta perspectiva, dice Han, “el poder como medio de comunicación es elevar el *sí* ante la probabilidad del *no*”. El *sí* carece de ruido, el *no* siempre es ruido. Se entiende que el ruido es lo que interpela al poder. Los *shitstorms* son ruidos que generalmente introducen negatividad en las narrativas y que desmontan el carisma de los hombres públicos, dejan de ser hombres respetables al ser despojados, dice Han, de su *carisma aurático*<sup>5</sup>. Esta pérdida del aura política y de su

capacidad para suscitar admiración y motivar a sus públicos se acrecienta en los medios digitales.

El magnetismo personal de un político se socava definitivamente en los espacios de las redes, éstos quedan reducidos, minimizados ante la observancia de los enjambres sociales que acreditan o desacreditan sus actuaciones. Sus narrativas declinan o desaparecen. Se empobrece la dignidad del político, su *carisma aurático*. Es como lo identificó Benjamin, un empobrecimiento de la experiencia, en este caso la experiencia política: “Puesto que, efectivamente, la sensación, la vivencia del *shock*, se erige así en criterio supremo de *la información*, en tanto que declina *la narración* como forma tradicional de transmisión de la *experiencia*”<sup>6</sup>. Los políticos han dejado de explicarnos el mundo a través de una narrativa creíble (con significado) y se han montado en declaraciones *in situ*, *de banqueta*, para responder al escándalo en turno (corrupción, impunidad, estallidos sociales, incompetencia burocrática, intransigencia, etc.), olvidando la narrativa como forma suprema para dar cuenta de la experiencia política, sea esta negativa o positiva. Más bien se elaboran narrativas perversas para políticos ataráxicos (sin expresividad) a través de cosméticas gestuales/orales inculcadas por los *media training*.

En los enjambres sociales (públicos) de hoy, se sustituye la *experiencia aurática* de los políticos por la búsqueda *de rastros* del comportamiento escandaloso de los políticos. Los políticos dejan de ser representantes de una tradición; su lenguaje ha sido desacreditado, despojado de verdad, de legitimidad. A los políticos de hoy ya no se les respeta, no representan ninguna tradición ni encarnan ningún mito, no anticipan un futuro nuevo-venturoso ni encarnan una utopía que perseguir. Sus rituales y dramaturgias se han trivializado y estereotipado, se convierten en motivo de mofa y escarnio en las redes sociales. El poder y los poderosos están irremediabilmente desacreditados.

El discurso político y el espacio público que generan las redes sociales virtuales son inconsistentes, discontinuos y disgregadores. El público ya no se concibe como un espacio de congregación sino como un espacio lábil, de concentración efímera, en una sociedad de la indignación o del escándalo pero no en una sociedad dialogante, fraterna y solidaria.

Han afirma que el discurso político que generan las redes sociales virtuales carece de fuerza y de motricidad efectiva. No crea dialogo ni discurso que modifique actitudes y provoque cambios. Los medios digitales no invitan a la acción sino a la manifestación de enfados. Expresan más bien estados afectivos que no pueden narrarse sino solo contarse: “La narración, dice Han, provoca la acción porque tiene la capacidad de interrumpir un estado existente y hacer que comience un nuevo estado”. La Sociedad indignada (enfadada) es una sociedad fugaz, dispersa sin posibilidad para crear un discurso para la acción, ha perdido su narratividad. No engendra futuro:

“...las olas de indignación no permiten ninguna comunicación discreta y objetiva, ningún diálogo, ningún discurso. Ahora bien, la actitud es constitutiva para lo público. Y para la formación de lo público es necesaria la distancia. Además, las olas de indignación muestran una escasa identificación con la comunidad. (...) no constituyen un nosotros estable (...); es más bien una preocupación por sí mismo. De ahí que se disperse de nuevo con rapidez”.

Las redes, según Han, son incapaces de narrar. Más bien *cuentan* acontecimientos que se suceden sin parar, pero son incapaces de estructurar, vivificar o animar. El enjambre digital ha sustituido al hombre-masa que conformaba públicos vastos y difusos donde la individualidad se disolvía en un todo que tenía alma y espíritu común, un *nosotros*. El enjambre digital que sustituye a la masa, está constituido por hombres aislados que no se manifiestan en una sola voz, no hay un *nosotros*, no es coherente, “es un ruido”. Y el ruido interrumpe el silencio. El silencio es una pausa espiritual necesaria para otear el futuro y narrarlo.

Han precisa que el hombre digital es una entidad privada aunque pertenezca al enjambre. Se presenta anónimamente pero es siempre una opinión personal: “es un alguien penetrante que se expone y solicita atención”, un *alguien anónimo* que se concentra o se constela en un espacio de la red (correo, blog, sitio, you tube, Facebook, etcétera) pero que no se congrega. El enjambre digital aísla mientras que los medios masivos congregan: “los individuos digitales a veces forman colectivos que generalmente son fugaces, inestables, como los rebaños. Son volátiles, actúan carnavalesca y lúdicamente, escasamente vinculados”. La masa, según Han, tiene, en cambio, alma, ideología y marcha en alguna

dirección. Engendra poder. A los enjambres digitales les falta esta decisión: "...ellos no marchan. No se congregan. Se disuelven en función de su fugacidad y no desarrollan energías políticas (...). Los *shitstorms* tampoco son capaces de cuestionar las dominantes relaciones de poder. Se precipitan solo sobre personas particulares, por cuanto las comprometen o las convierten en motivos de escándalo”.

Siguiendo a Han, internet y sus comunidades son más un instrumento de control que de rebelión o revuelta, de subversión. La ideología neoliberal con sus mantras: equilibrio fiscal, austeridad, achicamiento del estado, competitividad, mercados internacionales; pero con su ristra de experiencias negativas: corrupción rampante, inequidad en la asignación de los presupuestos, pobreza, desigualdad social, oligopolios, etc.; tiene en las redes un espejo provocador, no necesariamente subversivo. La globalización se compone de dos fuerzas contrapuestas: por una parte, un gobierno descentrado, desligado del territorio y por otra parte, una multitud, una composición de singularidades que se comunican entre sí y que actúan en común a través de la red: “se opone al imperio dentro del imperio”.

Sin embargo, una de estas fuerzas ha perdido su impulso emancipador. La multitud de singularidades carece de *la alegría de ser*, la cual se logra con *los otros y en el nosotros*. El hombre digital que habita el enjambre es un solitario que ha internalizado la explotación y se ha convertido en un sujeto del rendimiento: al privatizar el alma y negarle su carácter público, solidario, fraterno, el enjambre digital encoje los espacios para el cambio o para una acción subversiva. Ahora se explota sin dominar (cada uno se explota a sí mismo) y el imperio no requiere gobernar a alguien que está gobernado. Cree que vive en libertad (*el cambio comienza y termina en uno mismo*). Y si se enfada, indigna o intenta salirse del espacio digital, de la jaula virtual, el poder conserva el recurso de la intimidación, la cooptación, la represión o la supresión. Existe una tendencia al egoísmo que pervierte o inhibe los proyectos comunes.

El medio digital hace que las imágenes sean mejores que la realidad. La realidad es vista como defectuosa y como algo de lo que hay que huir. Los hombres digitales se refugian, huyen hacia la imagen. Vuelven a habitar la caverna de Platón. Se encierran en la iconósfera.

Las técnicas para capturar los paisajes urbanos, rurales, naturales y a sus habitantes (humanos, animales, plantas y todo lo viviente o no viviente) intervienen en la percepción de la realidad, la distorsionan y la *perfeccionan*. Según Han, los dispositivos tecnológicos, ahora disponibles en los aparatos móviles/individuales, permiten recrear los paisajes y “domesticarlos”; éstos pierden su “especial semántica y poética de la imagen, que no es más mera copia de lo real”. Se *domestican* las imágenes y éstas pierden “su locura” y se les priva de “su verdad”.

La *domesticación de la imagen* refiere a la significación que los enjambres de fotografías colocan o adscriben a los objetos o a las cosas que capturan con sus máquinas: “las fotos bonitas como imágenes ideales blindan a estos turistas frente a *la sucia realidad*”, dice Han, respecto a los turistas japoneses que convulsivamente toman fotos de París. Pero también, la *domesticación de la imagen* nos remite a la *red social Instagram*, el espacio digital para compartir fotos, donde se usan todo tipo de efectos fotográficos para mejorar los iconos; incluso ahora, se *domestican videos*. Para Han, las *imágenes domesticadas* son una des-realización: “...en las ventanas digitales no está dado el peligro de la irrupción de lo real, y sobre todo de lo *otro*. Como ventanas digitales nos blindan frente a lo real...el medio digital crea más distancia frente a lo real que los medios analógicos”.

El medio digital deshace la *facticidad*. Es un medio atemporal que carece de edad y por tanto de camino y de un final. Congela el tiempo. Los medios analógicos padecen el devenir y no sobreviven: el soporte de la letra impresa, el papel, envejece con el tiempo y se deshace, lo mismo sucede con la fotografía analógica que sufre la negatividad del tiempo. El medio digital, en cambio, tiene otra vida, no está sujeto a la negatividad del tiempo sino que siempre está presente: es actual y puede optimizarse. El hecho digital trae consigo una pérdida de lo real; una huida de la realidad. Se crea, afirma Han, un ambiente esquizoide que divide a la realidad de la virtualidad; se evade la presencia de un mundo real imperfecto, oscuro, duro y se sobrepone un mundo virtual, poblado de imágenes perfeccionadas, optimizadas y suaves. Las imágenes en el ciberespacio no se marchitan

sino que viven permanentemente en un presente que puede perfeccionarse. Esta esquizofrenia, pérdida de lo real, inhibe el devenir. La experiencia de nacer, crecer, madurar y morir queda desplazada a una experiencia virtual. El *presentismo icónico* nos aleja ilusoriamente de la angustia del tiempo que nos envejece y nos arroja a la muerte. Concluye Han: "...la imagen digital no florece o resplandece, porque el florecer lleva inscrito el marchitarse, y el resplandecer lleva inherente la negatividad del ensombrecer".

La época digital está más allá de la política y de la metafísica. Es un mero vivir sin mañana y sin el peso de la materia. Un mundo donde la acción social se ha diluido en una novedosa enajenación. Un mundo despolitizado, cool, donde se cuenta y se calcula más que se narra o se especula.

Según Han, los tiempos actuales están automatizados y han controlado o desvanecido el carácter emancipador de la acción. La acción es siempre el principio de algo nuevo, un nacimiento o un renacimiento que promete un mundo nuevo (Hannah Arendt). Este nacimiento o re-nacimiento es la fuente de la confianza y la esperanza, principios de la política. Ahora, con las tecnologías del rendimiento, el hombre atrofia su acción sobre el mundo e incluso atrofia sus manos. En el medio digital se vive en un medio sin cosas (sin naturaleza), donde el hombre ya no trata ni elabora "porque ya no tendrá que habérselas con cosas materiales, sino sólo con informaciones ajenas a las condiciones de las cosas". Las manos dejan de ser necesarias, ahora solo se necesita de los dedos para teclear: *se tecllea en lugar de actuar*. Se sustituye el trabajo (transformación de las cosas) por el manejo de la información. Lo divertido y lo lúdico se incorporan, ideológicamente, como factores de rendimiento. Se revierte su sentido estético emancipador, libertario. Estas técnicas y sus tecnologías no permiten abandonar el reino de la necesidad ni instalar el reino de la libertad. Es una ilusión señalar que el avance de las fuerzas técnicas de la producción, ahora aupadas en las tecnologías de información y la comunicación, liberen al hombre de la explotación *per se*.

En el trabajo se interactúa sobre las cosas y se producen objetos. En la vida digital/virtual el peso de la materia, las cosas, desaparece. El trabajo como acto transformador pasa a convertirse en una enajenación muy perversa: la diversión se incorpora al trabajo, es su

producto: “hoy en efecto, estamos libres de las máquinas de la era industrial, que nos esclavizan y explotan, pero los aparatos digitales traen una nueva coacción, una nueva esclavitud. Nos explotan de una manera más eficiente por cuanto, en virtud de su movilidad, transforman todo lugar en un puesto de trabajo y todo tiempo en un tiempo de trabajo”. Otros aparatos, como los teléfonos inteligentes, prometen, dice Han, más libertad pero en realidad son una coacción. Le llama *coacción comunicativa*. Estos establecen una relación obsesiva con el aparato que se refuerza con el surgimiento de las redes sociales virtuales. Se puede afirmar que *a mayor comunicación mayor capital*.

Lo “digital” es una noción poshistórica, concluye Han. Mientras la historia se narra, la vida digital, posmoderna, se cuenta; es aditiva, más que narrativa: “Lo narrativo pierde importancia considerablemente. Hoy todo se hace numerable para poder transformarlo en lenguaje del rendimiento y de la eficiencia. Así, hoy deja de *ser* todo lo que no puede contarse numéricamente.” Incluso las inclinaciones se cuentan como “me gusta”. La relación entre el hombre y la naturaleza se ha modificado en el pensamiento pos-histórico. Ya no se trata de intervenir o de armonizar al hombre con la naturaleza para crear un sistema ecológico plausible (empeños civilizatorios) sino de sustituir a la naturaleza como relación fundante con el hombre; olvidando la historia del hombre como especie (la hominización). Por eso narrar resulta inútil e ineficaz en la sociedad del rendimiento. La sociedad posmoderna no requiere de cuentos sino de cuentas.

Los medios digitales atrofian al Ser. El hombre pasa de labrador a cazador.

Se piensa más que se actúa. Siguiendo a Heidegger, la mano digital sustituye a la mano que cumplía lo que se pensaba: “...toda obra de la mano descansa en el pensar”; “...a la decadencia de la mano que escribe se pasa al olvido del *Ser*”. La mano estaba ligada al pensamiento que se concebía como *co-lectora* y que se expresaba en el trabajo del labrador al cosechar: “sin este reunir, es decir, sin esta recolección, en el sentido del espiguelo y del cosechar la uva, no seríamos capaces de leer una palabra”. Cultivar el lenguaje como tierra laborable implica “escuchar la tierra, y ha de escucharla obedeciéndola”. Al decaer o atrofiarse el uso de la mano, Han señala que el hombre abandona su carácter labriego; deja de ser un sujeto de acción. Abandona los zapatos de Van Gogh: “en el zapato, dice citando

a Heidegger, vibra la tácita llamada de la tierra, su reposado ofrendar el trigo que madura y su enigmático rehusarse en el yermo campo en baldío de invierno”. El hombre posmoderno elimina su espíritu ecológico, labriego, y su designio evolutivo, oscuro, alejado del rendimiento; se ausenta de la tierra y por tano de su *ser* profundo.

Ahora “sopla una tormenta digital a través del mundo como red. Los huracanes de lo digital hacen imposible el habitar de Heidegger. La *tierra* del labriego Heideggeriano está diametralmente opuesta a la digital. En ella toma cuerpo lo *esencialmente inescrutable* y lo *que por esencia se cierra*”. En el mundo digital, dice Han, todo es o debe ser transparente y la oscura tierra se sustrae, estar “encerrada” va en contra del imperativo de los medios digitales que requieren hacer público todo, que requieren de una apertura total. De ahí el imperativo de ser “transparente”. Esta transparencia se asocia indebidamente con la verdad. Decir la verdad es ser transparente. Pero la verdad es sobre todo un acto negativo que se escinde de la certeza y vive o habita en la comprensión, en lo que Heidegger llama “el corazón” humano, que es como se sabe, opaco: “La información se caracteriza por una pura positividad, por una pura exterioridad, es acumulativa, aditiva mientras que la verdad es exclusiva y selectiva. En contraposición a la información no se amontona”.

La información, además, no es necesariamente conocimiento, se distingue del saber. La información es explícita mientras el saber es implícito. La información es breve mientras el saber perdura. El hombre posmoderno, digitalizado, se convierte en un cazador de informaciones y pierde su *sentido labriego*, de cosechar el conocimiento, el saber. Ya no *habita* un espacio de saber sino que ahora navega en el ciberespacio, se vuelve un nómada que caza informaciones: “ningún suelo los obliga a establecerse. No habitan”. Sin embargo está atado a la máquina, su único acto; sedentario pero *activo*: “Más bien, el usuario y su aparato digital constituyen una unidad. Los nuevos cazadores no funcionan pasivamente como parte de una máquina, sino que ellos operan de modo activo con sus móviles aparatos digitales, que en los cazadores paleolíticos se llamaban lanza, arco y flecha. Los cazadores digitales no se entregan a ningún peligro, pues se limitan a cazar informaciones con el *ratón*. En esto se distinguen de los cazadores paleolíticos”.

Lo que sucede es grave: “El medio digital produce una nueva topología del trabajo” donde ya no hay un centro sino muchos centros que no necesariamente son buenos lugares, pueden ser distópicos. Usuario y máquina digital constituyen una unidad y operan con sus móviles activamente; desinteriorizan los datos, la información. El medio digital y el ambiente que generan los usuarios de las redes son disolventes del poder. El poder evita o controla la transparencia de la información, la convierte en discurso que encorseta en laberintos legales. Por eso las redes demandan transparencia y su simetría contradice la asimetría que administra el poder. Se vive una crisis de comunicación política por esta desinteriorización de la información: “el receptor de las informaciones es a la vez emisor, en este espacio simétrico de la comunicación es difícil instalar relaciones de poder”.

Al volvernos nómadas se modifican los conceptos de tiempo y espacio. Se han perdido las virtudes del sedentarismo: paciencia, cuidado, renuncia, recelo, timidez periclitán ante valores como impaciencia, cinismo, desasosiego, febrilidad, temeridad o desvergüenza. También se modifica la mirada de las cosas y de los objetos: “...la dicha más profunda de la percepción, de ver, consiste en la carencia de eficiencia. Brota de la mirada larga, que se demora en las cosas sin explotarlas”.

La nueva sociedad no es la realización de una intersubjetividad plena, fraterna y solidaria. El sujeto deja de serlo y se convierte en un proyecto personal, narciso, egocéntrico. La sociedad se vuelve una isla de yos. Un enjambre creativo-comunicativo, la nueva distopía.

En la versión moderna, una persona es un sujeto/individuo arrojado al mundo, un *ser ahí* en un mundo marcha, un ser arrojado a la corriente de la vida (Heidegger). Está atado a su mundo y *sujeto* a su edad/tiempo, a su hábitat y su sexualidad. Desde esta sujeción, surge el individuo, como una entidad con derechos y libertades. La persona es una mezcla de ataduras y de libertades. Se es sujeto porque se tiene objeto. Pero en la era digital, según Han, el sujeto deja de serlo y se convierte en un proyecto: “Nosotros ya no somos sujetos de un mundo objetivo dado, sino proyectos de mundos alternativos. Desde la sumisa posición subjetiva (nihilismo), nos hemos elevado al plano de la proyección. Nos hacemos

adultos. Sabemos que soñamos”. Los hombres son objetos lanzados al porvenir y quedan “liberados” de sus ataduras.

Han describe la utopía digital en voz de uno de sus profetas, Vilem Flusser<sup>7</sup>: ya no podemos ser sujetos porque ya no hay ningún objeto; “somos un nudo de virtualidades que se cruzan entre sí” y los públicos son un “nudo de posibilidades” (un enjambre), no más un conjunto de individuos dotados de una opinión. El hombre virtual, telepresente, crea una comunidad regida por la aventura de la creatividad. La red comunicativa, para Flusser, es el lugar donde “el hombre tiene el reconocimiento del otro y autoconocimiento en el otro, brevemente del amor en el sentido judeo-cristiano”. Se funda una sociedad, a decir de Flusser, basada en las simpatías y las antipatías que “aniquila el humanismo a favor del altruismo”.

Para Han este es un mesianismo que no se ha acreditado. Más bien lo que observa es un paisaje distópico: “la comunicación digital hace que se erosione fuertemente la comunidad, el nosotros. Destruye el espacio público y agudiza el aislamiento del hombre. Lo que domina la comunicación no es el amor al prójimo sino el narcisismo. La técnica digital no es una *tánica del amor al prójimo*. Se muestra como una máquina narcisista del ego. Y no es ningún medio dialogístico (...); el sujeto se disuelve pero no se libera por la creatividad sino queda sujeto al rendimiento, atado a la optimización de los recursos y a la explotación de sí mismo. La sociedad del rendimiento aísla y el sujeto se derrumba entre más se explota. Es “un proyectil –no un proyecto- contra sí mismo”.

El orden digital subvierte el nomos de la tierra, emergen los fantasmas digitales como sustitutos del territorio y de la vida social presencial.

La era digital se destierra. La identidad, en la modernidad, se construía en un espacio, en un territorio conformado por paisajes (urbanos, rurales y naturales) que se delimitaba por sus límites, sus fronteras y que establecía picas: muros y fortalezas que denotaban *firmeza* y *daban referencia*. Ahora, en la era digital se establece un nuevo “territorio”, virtual, donde el concepto de tierra se disuelve, se hace líquido: “El medio digital es como aquel mar en el que no pueden grabarse líneas firmes.” En el mundo presencial, el territorio significaba

espíritu y acción mientras que en el espacio digital lo que prevalece es la operación que sustituye a la acción. La operación prescinde de la tardanza o la vacilación que perturban a la eficiencia. En este espacio el pensamiento cede el paso al cálculo y la cercanía y lejanía dejan de ser referentes del territorio: “lo digital aniquila ambas cosas a favor de la falta de distancia. La falta de distancia es una dimensión positiva: le falta negatividad, que caracteriza a la proximidad. En ella está inscrita la lejanía. A la comunicación digital le es extraño el “dolor de la cercanía de lo lejano”.

El hombre digital es un habitante puramente operacional, opera máquinas, servomecanismos que lo unen a otros y a otras cosas en territorios sin límites y sin fronteras, sin paisajes, en un mar atemporal que prescinde de la diacronía o sincronía. Es un navegante nómada en todas direcciones despojado de su vida terrenal, del territorio: mientras habitar el territorio es una vía dolorosa, la de la experiencia, el espacio digital es un camino light: *está libre de lo otro dialéctico del espíritu* que significa el encuentro duro con la otredad de la tierra misma. Reduce su experiencia a una dicotomía: “me gusta” o “no me gusta”.

En este territorio inexistente y carente de experiencia, surgen los *fantasmas virtuales*: “... el mundo de cosas de internet produce nuevos fantasmas. Las cosas, que en tiempos eran mudas, ahora comienzan a hablar. La comunicación automática entre las cosas, que tienen lugar sin ninguna contribución humana, proporcionarán nuevos alimentos para los fantasmas. Hace que el mundo tenga más rasgos de fantasma. Es dirigida como por encantamiento”. Ahora lo importante son las informaciones y sus comunicaciones que adquieren rasgos espectrales; la complejidad de la sociedad actual prolija fantasmas: “el llamado comercio de alta velocidad en los mercados financieros es, en definitiva, un comercio con fantasmas y entre fantasmas; son algoritmos y máquinas los que se comunican entre sí y se hacen la guerra”. Los océanos digitales, como la red causi subterránea *Tor*, nos muestran que es posible estar en línea anónimamente. En estos *dark spaces* se puede navegar como un Caronte fantasmal.

Las crisis de hoy es sistémica y se expresa en diversas crisis: el cansancio de la información, la pérdida de la representación política, la conversión del ciudadano en consumidor, la pérdida de la confianza y el surgimiento de la psicopolítica como nuevo poder.

Han concluye su crítica señalando que el espacio digital provoca un crisis sistémica que se expresa en crisis múltiples, como un síndrome. Las describimos:

- ✓ **La crisis del cansancio de la información.** El espacio digital ha embotado la percepción de los individuos. Generando el *síndrome del cansancio de la información*: “es la enfermedad psíquica que se produce por exceso de información. Los afectados se quejan de la creciente parálisis de la capacidad analítica, perturbación de la atención, inquietud general o incapacidad de asumir responsabilidades”. Afecta, sobre todo, a los hombres que tienen que producir altas cantidades de información durante mucho tiempo. La tesis de Han es que “el diluvio al que hoy estamos expuestos disminuye, sin duda, la capacidad de reducir las cosas a lo esencial (...). Cuanta más información se pone a disposición, más impenetrable se hace el mundo, más aspecto de fantasma adquiere. En un determinado punto, la información ya no es informativa, sino deformativa, la comunicación ya no es comunicativa, sino acumulativa.”
- ✓ **La crisis de la representación política.** También hay una crisis generalizada de la representación. Los políticos ya no representan a los ciudadanos: “los representantes políticos ya no se perciben como *peones del pueblo*, sino como *peones del sistema*, que se ha hecho auto-referencial. El problema está en el carácter auto-referencial del sistema. La crisis de la política sólo podrá superarse por el acoplamiento a los referentes reales, a los hombres”. La era digital le ha impuesto a la política verse en el espejo de sí misma. Ante este sistema tautológico, los ciudadanos se descomponen (o disuelven) en enjambres de puras unidades, en seres digitales aislados que no participan en “ningún discurso público articulado”.
- ✓ **La crisis de la ciudadanía.** Los ciudadanos se convierten consumidores y la vida política en un mercado de opiniones. La lucha política se desideologiza, el voto se compra: “la compra no presupone ningún discurso. El consumidor compra lo que le gusta. Sigue sus inclinaciones individuales. Su divisa es *me gusta*. No es ningún ciudadano. La responsabilidad por la comunidad caracteriza al ciudadano. Pero el

consumidor no tiene esa responsabilidad. En el ágora digital, donde coinciden el local electoral y el mercado, la polis y la economía se comportan como consumidores”. La vida política se vuelve un mercado, ahora un *e-marketing* que mezcla lo político con la oferta y la demanda, donde los ciudadanos/consumidores son más pasivos que activos.

- ✓ **La crisis de confianza.** En el mundo de la era digital no existe la confianza. Para Han la pérdida de la confianza es producto de los medios de comunicación: “la conexión digital facilita la obtención de información, de tal manera que la confianza como praxis social pierde importancia en medida creciente. Cede el puesto al control. Así la sociedad de la transparencia está cerca estructuralmente de la sociedad de la vigilancia. Donde las informaciones pueden obtenerse con gran facilidad y rapidez, el sistema social de la confianza pasa al control y a la transparencia”. Emerge una sociedad de la vigilancia donde todos se observan, incluso las cosas que usamos en la vida cotidiana nos observan. El poder muta del control *biopolítico* (la procreación, la salud o la mortalidad) hacia el control de la psique, el *psicopoder*: “la psicopolítica digital se apodera de la conducta social de las masas, pues echa la zarpa en la lógica inconsciente. La sociedad de la vigilancia digital, que tiene acceso al inconsciente colectivo, al futuro comportamiento social de las masas, desarrolla rasgos totalitarios. Nos entrega a la programación y al control *psicopolíticos*. Con ello ha pasado la época de la *biopolítica*. Hoy hacemos rumbo a la época de la *psicopolítica digital*”.

---

<sup>1</sup> Doctor en Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid. Ha sido profesor coordinador del Centro Avanzado de Comunicaciones; de la Maestría en Educación de la Universidad Anáhuac; profesor del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Universidad Autónoma Metropolitana, Facultad de Estudios Superiores (FES) Acatlán UNAM, de la Escuela de Diseño del Instituto Nacional de Bellas Artes y de la Universidad de la Comunicación. Fungió como Director de las carreras de Publicidad y Comunicación Organizacional en la Universidad de la Comunicación, en el proyecto de investigación “Universidad de la Comunicación en Teléfonos de México” y en el departamento de Comunicación del ITESM campus Estado de México. [paulcelan1@gmail.com](mailto:paulcelan1@gmail.com)

<sup>2</sup> “En McLuhan se pueden distinguir dos momentos claves: la invención de la imprenta y el advenimiento del televisor. El primero de estos portentos imponía la letra impresa en culturas cuya fórmula para percibir el mundo era fundamentalmente oral hasta ese momento: un cambio cognitivo se produjo en lo que denominó la Galaxia Gutenberg. El segundo, del siglo vigésimo, implicó, según Mc Luhan, el pasaje a una nueva oralidad, a la que determinó como secundaria, ya que no podía darse de modo semejante a la previa” (Amir Hamed, “La citadela digital”. Ver en: [www.henciclopedia.org.uy](http://www.henciclopedia.org.uy) . “Desde la publicación de La Galaxia Gutenberg (1962), han aparecido nuevos medios de comunicación, siendo los más importantes los digitales, que crean vías interactivas, las que convierten el mensaje en un hecho táctil y a nuestro cuerpo en el fundamento activo del mensaje. La Galaxia Faraday (o esa oralidad secundaria que implicó el advenimiento

de la electricidad y la llegada de la televisión) ha decantado en lo que Amir Hamed ha denominado Ciudadela Digital para referirse a la época actual con fuerte dependencia de Internet." Ver en: <http://letras.s5.com/mar220809.html>. Ver también: McLuhan, Marshall (1998). *La galaxia Gutenberg*. Círculo de lectores, Barcelona. Prólogo pp7-19.

<sup>3</sup> La diferencia entre los términos público y privado proviene de Grecia donde la esfera de la polis común al ciudadano libre (público) está estrictamente separada de la esfera del oikos en la que cada uno ha de apropiarse aisladamente de lo suyo (privado).

<sup>4</sup> Lo público nacía de la oposición entre la *bios-oikos* y la *bios-politikos*; entre la vida privada y la vida pública. No sólo se marcaba distancia entre la vida privada y la vida pública sino entre los juicios o las opiniones privados y públicos. Si el respeto, mirar de lejos, es el fundamento de la vida pública, los juicios y las opiniones de los individuos merecen respeto.

<sup>5</sup> Benjamin, Walter (1935): *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*. Ver en: <http://www.philosophia.cl/biblioteca/Benjamin/la%20obra%20de%20arte.pdf>

<sup>6</sup> Angelus Novus (2009). *Benjamin y la pérdida del aura*. Ver en: [http://jacgmur.blogspot.mx/2009/03/la-teoria-del-arte-de-benjamin-es-una\\_27.html](http://jacgmur.blogspot.mx/2009/03/la-teoria-del-arte-de-benjamin-es-una_27.html)

<sup>7</sup> Hanke, Bob (2012). *Vilém Flusser's Digital Galaxy*. *International Journal of Communication* 6 (2012), Book Review 25–35 1932–8036/2012BKR00090025. Ver en. <http://ijoc.org>