

¿Es aún posible la comunicación en medio del imperio de la incomunicación?

El hombre contemporáneo se encuentra en una situación de incertidumbre y precariedad. Su condición es similar a la de un viajero que por largo tiempo ha caminado sobre una superficie helada, pero con el deshielo advierte que el banco de hielo comienza a moverse y se va despedazando en miles de placas. La superficie de los valores y los conceptos tradicionales está hecha añicos, y la prosecución del camino resulta difícil.

Franco Volpi

Patricia Bernal¹

Recibido: 2013-05-29
Envío a pares: 2013-08-27

Aprobado por pares: 2014-02-16
Aceptado: 2014-03-13

Para citar este artículo / To reference this article / Para citar este artigo

Bernal, P. Junio de 2014. ¿Es aún posible la comunicación en medio del imperio de la incomunicación?. Palabra Clave 17 (2), 294-319.

Resumen

Este artículo analiza las posibilidades de una antropología de la comunicación en un recorrido por las categorías de la técnica, las redes sociales, la hiperconexión, el vacío y el aislamiento. De esta forma, se pretende afrontar la pregunta por la comunicación concretada en la autocompresión del hombre contemporáneo y su conexión con el mundo. Es indudable que la técnica señala el puesto del hombre en la sociedad, el artefacto de los artefactos, que plasma en el mundo externo el saber multifacético de la mente, acompañada siempre de la comunicación como posibilidad. Por ello, atiende a la disposición, a la conexión de elementos, al diseño de un sistema congruente de símbolos que convierte al mundo en un mundo sin un centro; ahora, es una red inmensa de individuos aislados, de mensajes fracturados dentro una so-

¹ Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. pbernal@javeriana.edu.co

ciudad desarraigada, donde se corre el peligro de perderse en la abundancia de datos que circulan en la red o de eliminarse en su basura virtual. Sólo nos comunicamos con breves mensajes informáticos, en lugar de hablar directamente con el otro; se suprime aquí el rodeo hermenéutico de la comprensión bajo la exigencia de la brevedad. No hay tiempo para ello, es decir, no hay tiempo para la comprensión de sí.

Palabras clave

Antropología filosófica, comunicación, técnica, redes sociales, vacío, aislamiento. (Fuente: tesauro de la UNESCO).

Is Communication Still Possible Amid the Reign of “Incommunication”?

Abstract

The article analyzes the possibility of an anthropology of communication by looking at the categories of technique, social networks, hyper-connection, emptiness and isolation. In doing so, the authors seek to address the question of communication as expressed in contemporary man's understanding of himself and his connection to the world. Undoubtedly, the technique indicates man's place in society, the artifact of artifacts that shapes, in the external world, the multi-faceted knowledge of the mind, accompanied always by communication as possibility. Therefore, it serves the disposition, the connection between elements and the design of a congruent system of symbols that turns the world into one without a center. Now, it is an immense network of isolated individuals, of fractured messages within an uprooted society where there is a danger of becoming lost in the abundance of data circulating through the network or being eliminated in its virtual trash. We communicate only with short computer messages, as opposed to talking directly to one other. Here, the hermeneutic circumlocution of understanding is suppressed by the requirement of brevity. There is no time for that; in other words, no time for understanding in and of itself.

Keywords

Philosophical anthropology, communication, technique, social networks (Source: UNESCO Thesaurus).

É ainda possível a comunicação em meio do império da incomunicação?

Resumo

Este artigo analisa as possibilidades de uma antropologia da comunicação em um percurso pelas categorias da técnica, das redes sociais, da hiperconexão, do vazio e do isolamento. Dessa forma, pretende-se enfrentar a pergunta pela comunicação concretada na autocompreensão do homem contemporâneo e sua conexão com o mundo. É indubitável que a técnica indica o posto do homem na sociedade, no dispositivo dos dispositivos, que se vê refletido no mundo externo o saber multifacetado da mente, acompanhada sempre da comunicação como possibilidade. Por isso, atende à disposição, à conexão de elementos, ao desenho de um sistema congruente de símbolos que converte o mundo em um mundo sem um centro; agora, é uma rede imensa de indivíduos isolados, de mensagens fraturadas dentro uma sociedade desarraigada, na qual se corre o risco de se perder na abundância de dados que circulam na rede ou de se eliminar em seu lixo virtual. Somente nos comunicamos com breves mensagens informáticas, em vez de falarmos diretamente com o outro; suprime-se aqui o rodeio hermenêutico da compreensão sob a exigência da brevidade. Não há tempo para isso, ou seja, não há tempo para a compreensão de si.

Palavras-chave

Antropologia filosófica, comunicação, técnica, redes sociais. (Fonte: Tesouro da Unesco).

El presente artículo señala la vigencia de la pregunta antropológica por el hombre en el contexto de una reflexión general sobre la naturaleza y la posibilidad de la comunicación, y además señala la necesidad de la autocomprensión del hombre como condición para pensar la comunicación. Se debe tener en cuenta que los discursos habituales sobre la naturaleza humana se quedan cortos para asumir la pregunta por el hombre en una sociedad mediada fundamentalmente por la técnica y la tecnología. Así, la pregunta por lo que realmente somos no se puede hacer de espaldas al hecho de que la técnica ha entrado a jugar un papel relevante en el escenario de la comunicación como una herramienta de compensación del hombre, tal como lo han señalado Plessner y Marquard, causando una ruptura en el tejido social. Este es un hecho que debe ser examinado con cuidado, pues parece que nos hemos topado con una paradoja, ya que la intención social de la comunicación, a saber, la creación y cohesión del vínculo social, está amenazada por el mismo despliegue de la comunicación mediada por la técnica y la tecnología, pues parece que aquello que es posibilidad se ha convertido en la fuente de su imposibilidad. Es decir, aquello que ha facilitado el despliegue de la comunicación en nuestro siglo se ha convertido también en su peligro.

La ruptura del tejido social y el vaciamiento de sentido

La ruptura del tejido social, el vaciamiento de sentido, el resquebrajamiento de la visión de mundo, la soledad del hombre y el surgimiento del individualismo, del hedonismo esquizofrénico, son los fenómenos que nos muestran una crisis de sentido, que se expresa en lo que denominamos el malestar en la comunicación. Este malestar se expresa de un modo realmente acuciante bajo la forma de una comunicación nihilista, vacía y efímera, que se concreta en el primado de la mera información sobre la consolidación del tejido social. En este contexto, la información es tan vacía que se ha convertido en una mera apariencia, en una fachada sin contenido sustancial que se repite continuamente y que se instala en los diferentes ambientes cotidianos de nuestra existencia. Es decir, no somos conscientes de ello más que cuando lo tematizamos, pues esta fachada se instala cómoda-

mente en nuestra cotidianidad (Roncallo, 2011, p. 334) y así pasa desapercibida, inadvertida, pues se vuelve algo anodino e insignificante.

Podemos decir entonces que la mera apariencia de la información está anclada en la invisibilidad. Ahora bien, esta invisibilidad es realmente performativa en la medida en que crea diferentes ambientes y, en la medida en que los medios son pensados como ambientes, tiene efectos en la totalidad intersistémica (Roncallo, 2011, p. 334). Es decir, los medios constituyen ambientes sistémicos; por ejemplo, la luz eléctrica es ella misma un ambiente, pues no es posible escindir la concreción de cada estadio de la complejización de lo técnico de los efectos que tiene en el mundo que la misma técnica desoculta.

Siguiendo esta misma línea de reflexión, podemos decir que el lenguaje funciona como una mera apariencia, pues es realmente un medio ambiente que produce toda clase de efectos que se invisibilizan ante nuestros ojos y que produce un tipo de anestesia que encontraría su apoyo en la incorporación de la técnica. Esta es entonces la mayor dificultad que podemos encontrar en la autocomprensión de la comunicación como posibilidad de interacción humana.

En este sentido, los ambientes constituyen toda suerte de apariencias que permiten a la información inmediata y técnica convertirse en el único medio por el que el mundo se comunica, pero aún la comprensión de la magnitud de esta realidad es muy pobre. Es decir, las imágenes que se suceden en el mundo moderno se repiten continuamente en las pantallas, pero sin cambiar para nada nuestra propia conciencia del presente y la idea de nuestra realidad; son entonces simples apariencias del mundo moderno que presentan un *performance* de nuestra cotidianidad, de la que somos simples espectadores.

Asimismo, los acontecimientos y las imágenes de las miles de catástrofes que le suceden a la humanidad pasan a ser contempladas en simples representaciones que deleitan a los espectadores, a las muchedumbres, y se convierten en una cultura de la evasión y de la huida de la realidad, es decir, estas imágenes se hunden en una continua espiral del silencio. Siguiendo

en este punto a Arteta, llamamos espectadores a personas que no se implican activamente en una situación en la que alguien necesita ayuda (2010, p. 56), comportándose entonces como espectadores pasivos que consienten el pavor que ven. Es decir, se comportan como alguien que pasaba casualmente por ahí, al que no le concierne el asunto; estaba presente, pero no tomaba parte en los hechos, ni tampoco en asumirlos como lo que son. Esto es, simplemente guarda silencio. Además, presupone un cierto desapego del sujeto respecto de una situación en la que cree que no está inmediatamente implicado, lo que quiere decir que ni es el protagonista, ni tampoco el destinatario de la acción; simplemente se limita a ser un observador de un suceso que considera uno más. De esta manera, el espectador es alguien para quien el compromiso con la realidad que contempla se le presenta como una opción (Arteta, 2010, p. 57): puede elegir tomar o no una posición respecto de ella. Un espectador no sólo está presente, sino que a menudo se transforma gracias a lo que ve y tiene que hacer algo. Sin embargo, no tiene tiempo de hacer algo, ni por él ni por los otros; además, los medios le dan la realidad que necesita para justificar su hundimiento en la espiral del silencio. Así las cosas, los espectadores permanecen en una zona gris mientras mantengan su ambigüedad, esto es, mientras quieran ser nada más que espectadores y no se resuelvan a adoptar algún papel de actores.

Igualmente, nos convertimos en sonámbulos, no por la imposición técnica, sino por el modo de su operar silencioso y sigiloso. Por esta razón, hemos anotado también cómo el hombre se refugia en las redes sociales virtuales para encontrar un antídoto que venza su propia soledad y aislamiento. No obstante, en este esfuerzo se encuentra con millones iguales que él. Por esta razón, ante la aparición de las redes sociales y de las comunidades virtuales en el escenario mediático se ha creado y conformado el ciber mundo en convivencia con mundos anteriores y quizás mundos paralelos, lo que permite acceder a un escenario de múltiples posibilidades; pero cabe señalar también que en medio de tanta hipercomunicación se desdibujan las fronteras entre los individuos y las relaciones se hacen cada vez más líquidas y atmosféricas, abriendo para todos un panorama sombrío y distante, propio del hombre moderno que busca llenar sus vacíos y sus debilidades a toda costa y a cualquier precio. No cabe duda de que nos enfrentamos a una lenta precariedad de los vínculos humanos en una so-

ciudad marcada por el individualismo, el exceso de subjetivismos y la volatilidad de las relaciones.

Las redes sociales y la comunidad de otros

Las redes sociales que el hombre teje alrededor de la información y de la comunicación muestran tan sólo en apariencia la existencia de una comunidad, pues su contenido es tan vacío como el interior del hombre que las habita y se mueve en ellas. La verdadera comunidad corresponde a la comunidad de los seres mortales, de los seres finitos; es la diferencia cuando hablamos de las simples redes sociales, pues en ellas no existe una comunidad de otros, pues sólo se dan múltiples contactos que aparecen y desaparecen fortuitamente.

En efecto, la comunidad ocupa este lugar singular; asume la imposibilidad de su propia inmanencia, la imposibilidad de un ser comunitario en tanto que sujeto. Una comunidad es, en definitiva, la constante presentación a sus miembros de su verdad mortal. En otras palabras, es la presentación de su finitud. Por ello, recordemos que la ausencia de vínculos ante el exceso de conexiones dentro de las comunidades que conformamos en nuestro hipermundo ha dado como resultado también que el hombre pierda su conexión con el mundo, llevándolo a vivir su propio aislamiento, que se muestra tan fascinante como irresistible, donde no importa sentir ese miedo que nos inunda cuando pensamos en la soledad que nos toca. Por ello, la pérdida de vínculos con los otros nos hace pensar en la conexión que tenemos con el mundo y con nosotros mismos como si estuviéramos conectados a un espacio-incubadora que nos hace sentir seguros, protegidos y resguardados. Por ello, la metáfora de la incubadora propuesta por Sloterdijk nos ayuda a pensar el concepto de conexión al mundo. De esta forma, se entiende la incubadora como el recinto del ser más que como un ámbito o ambiente; nos ayuda a comprender cómo ese espacio es el lugar de conexión con el mundo (Sloterdijk, 2011, p. 128). Sólo con la utilización de los medios técnicos elementales para lograr el distanciamiento del circunmundo pudo esa incubadora crearse y perdurar. Pero sólo los medios técnicos refinados de tipo comunicativo y simbólico de este siglo son los apropiados para ordenar y climatizar el espacio interior así creado. Así,

entendemos entonces que esta incubadora es “el espacio inteligente que el lenguaje y la atención vivifican” (Sloterdijk, 2011, p. 128). De esta manera se suceden las diversas interconexiones con el mundo y en el mundo, que tiene el carácter de permanencia y de seguridad.

No obstante, ante la incertidumbre de la desconexión el miedo llena ese vacío plástico de comodidad y confiabilidad. Siguiendo a Arteta, podemos decir ahora que el miedo es, sin lugar a dudas, una de las pasiones humanas más básicas. Digamos mejor que es la otra cara del deseo de poder o, en su primera forma, “del deseo-eros o del afán de supervivencia, de la voluntad de vivir” (2010, p. 85). Por esta razón, no podemos olvidar, como lo anota Blumenberg, que el hombre es el ser más temeroso de la naturaleza. Así, al buscar el origen del hombre en un tipo huidizo, comprendemos que todas las señales que desencadenan reacciones de fuga ante el cambio del biotopo llevaban impreso, es verdad, lo coercitivo del miedo, pero “no necesitaban llegar a una apabullante y duradera situación de angustia, siempre que bastara un solo movimiento para aclarar la situación” (2003, p. 13). Pero imaginemos ahora que esta solución ya no bastara, por lo menos no siempre, de modo que las situaciones que forzaran a la huida tuvieran que ser, en lo sucesivo, soportadas, o bien evitadas adelantándose a ellas (Blumenberg, 2003, p. 13). Esta anticipación se logró a cabalidad gracias al carácter de planificación que caracteriza a la ciencia moderna, tal como lo ha señalado Heidegger, pues sólo así se le puede salir al paso a la contingencia. La transición de lo que era una simple reacción momentánea a un estímulo puntual hasta convertirse en una exacerbada tensión situacional de un alarmado sistema orgánico nos hace depender de una serie de medios de superación de esas situaciones de peligro, incluso cuando no hay forma de escabullirse de ellas (Blumenberg, 2003, p. 13). Este sentimiento de angustia y de soledad ha de ser relacionado siempre con el miedo, tanto en la historia de la humanidad como en la del propio individuo.

El miedo y el aislamiento: un fenómeno del mundo contemporáneo

El miedo es el sentimiento de ser susceptible al peligro; una sensación de peligro y de vulnerabilidad. Como podemos ver, se trata sin más del miedo

hacia todo lo capaz de inspirarlo y mantenerlo, ya sea el Estado, un grupo armado, un individuo cualquiera, nuestro propio aislamiento, la expulsión de un grupo, etc. Por ejemplo, la amenaza imaginaria de ser expulsados del grupo puede llevar a algunas personas a hacer cualquier cosa para evitar el rechazo aterrador (Arteta, 2010, p. 97). Por ello, el orden vigente es mantenido tanto por ese temor al aislamiento y la necesidad universal de ser aceptados, como por la exigencia pública de que nos amoldemos a las opiniones y comportamientos mayoritarios dados por la información que circula en los medios. Esto es algo que refuerza la seducción que los medios de comunicación hoy promueven. Esta seducción es tan ambigua como efectiva. Tal vez por esta razón Kraus señala:

Y desde la última esquinita de la hoja de un periódico que todavía cuenta entre mis lecturas, se asoma la figura de Judas de este siglo, siempre la misma, ora se trate de un periodista, o de un médico, ora de un buhonero o de un político socialista, del tendero de ultramarinos o del esteta. Siempre el mismo estupor, encrespado por el gusto y atiborrado de enseñanza; en el alboroz del tiempo, todos los idiotas son iguales (1981, p. 149).

Retomando en este punto a Kraus, podemos señalar ahora que si un sastre se da aires, tendrá que meterse la plancha en el bolsillo. Quien no tiene personalidad, deberá tener peso; es de provecho escaso que el sastre furre de guata su tripa y el periodista se atiborre de ideas ajenas. Es propia de aquel la plancha y no debe éste avergonzarse del filisteísmo que le mantiene en pie. Pero ambos creen ponerse a barlovento porque les da una ventolada (1981, p. 40). Es decir, ¿qué es un brinco sin sentido? ¿Qué es aún más inaprensible e inconsistente, más desfondado e imprevisible que el rumor? La prensa es hoy el embudo de la bocina. Esto significa: no tener una idea y poder expresarla; eso hace el periodista (Kraus, 1981, p. 40). Ahora, el que exagera puede ser sospechoso fácilmente de decir la verdad. El que inventa de estar informado.

Los cuchillos dicen: ¡sin nosotros no habrá jamón!
Los periodistas dicen: ¡sin nosotros no habría cultura!
Los gusanos dicen: ¡sin nosotros no habría cadáver!
(Kraus, 1981, p. 40).

Asimismo, al arte no le importa la opinión; se la regala al periodismo para que la valore por su cuenta. Cuando éste le da la razón, el arte está en peligro. En manos de un periodista mi palabra es peor que la que él mismo pueda escribir, señala con sarcasmo Kraus. ¿A qué vienen entonces las citas inoportunas? Creen procurar pruebas de un organismo. Para demostrar que una mujer es hermosa, le sacan los ojos. Para demostrar que mi casa es confortable, colocan mi balcón en sus aceras (Kraus, 1981, p. 90). Vemos entonces que por la inmediatez y la velocidad en que vivimos en la comunicación actual ya no existe un centro, y que ésta sólo está dada por el acontecimiento inmediato que no da tregua a una reflexión; sólo se mide por el índice de espectacularidad, del aparecer y no del pensar. En este contexto, podemos decir ahora que la aparición de diferentes estructuras forman inmediata y simultáneamente parte de una corriente que obstaculiza la aparente transparencia de la información producida por los medios de comunicación. En efecto, hemos preferido el mundo de la ficción y de las fábulas producidas por los medios, que como contrapartida muestran la soledad y el vacío interior del hombre contemporáneo, y con ello nos hemos aislado de nuestro propio mundo interior.

La comunicación absoluta y la piedad del pensar

Evidentemente, y siguiendo a Sloterdijk, nos encontramos viviendo la época de la comunicación absoluta, de los *medios, de la comunicación y de la automediación*, esto es, la época del mundo en la que el mundo es todo lo que se puede ser, aunque esto no implica aún que se abra la posibilidad de la piedad del pensar. Así, identificamos los rasgos de una sociedad marcada por la ausencia de sentido, por el oportunismo en la política, en la esclavitud ante el sistema capitalista imperante en nuestra época, y por el sentimentalismo reinante ante un pasado mejor acompañado del quiebre en el arte, que abren el camino hacia el nihilismo, siempre presente y amenazante, como un huésped que no queremos reconocer en su verdadera fisionomía.

Ante este vacío nos queda pues la tarea de asumir la piedad del pensar la comunicación como el mecanismo de compensación del hombre moderno, agobiado por el exceso de información y de artefactos tecnológicos. De esta forma, vemos que el pensamiento filosófico ha intentado

ofrecer un diagnóstico de tal situación, de los males que afligen al hombre moderno, de los problemas que lo agobian y de los peligros que lo amenazan (Volpi, 2005, p. 15).

Recogiendo ahora la reflexión que hemos venido desarrollando, podemos señalar entonces que el eje principal desde donde se mueve nuestra consideración antropológica aborda al hombre desde su propia interioridad y se relaciona específicamente con sus propias experiencias y con el vínculo que le brinda su mundo exterior en su afán de hacer de este mundo algo con sentido; pero esto implica, a su vez, tener presente que hoy, más que nunca, nos encontramos ante una comunicación desvinculante y nihilista. Recordemos que hoy el sujeto, a diferencia de otras épocas, se enfrenta a su propio nihilismo; por ello, recurre a los aparatos y artefactos técnicos que le dan la conexión con el mundo de ficción que vive día a día, un mundo de diásporas y dispersiones. Asimismo, nos enfrentamos principalmente a un vaciamiento de la subjetividad, frente a un sujeto individualista que se genera dentro de una sociedad imbuida en la lógica transformista, consumista de necesidades fútiles y superficiales, dentro de una cultura del desecho, una cultura hedonista y narcisista que reclama de nuevo su puesto en la estética contemporánea. En este medio:

Es la belleza del caos ahora por fin emergente, como una superficie pantanosa en la que el cielo, abajándose, se hubiera adherido –no reflejado– a la superficie de las aguas; un cristal, ya no espejo, por el que se esparce también tensamente, tersamente el limo de los fondos ascendidos. Inferos y superos, vibrando al unísono en la pantalla del ordenador. Narciso se miró en esas aguas y confundió su imagen con la de Medusa. Pero ahora las serpientes que coronan la mutilada cabeza han inoculado su veneno jovial a la piedra y la han hecho viva, haciéndonos así sobrevivir. No es Dionisos, no es la tragedia lo que comienza ahora, sino Proteo con su danza tambaleante. Proteo, la vieja divinidad marina que *cambiando, descansa* (Duque, Félix, 2000, p. 7).

Así como un Proteo, en esta época que vivimos ya no se valora el objeto realizado, elaborado o trabajado por el hombre con sus propias manos, en su propio tiempo. Ahora nos encontramos en un tiempo vacío y

uniforme en el que cada instante es igual al siguiente y que ha de ser llenado desde fuera, porque desde dentro no tiene nada que contar; esto sucede de manera paradigmática en el reino de la comunicación, donde se incrementa precisamente la espiral del silencio, la incomunicación. Además, hoy nos encontramos frente a la idea del mundo como ensamblaje o entramado de redes de comunicación que se traducen, se yuxtaponen, se traslapan y se comunican entre sí, convirtiendo al hombre en un sujeto dominado por la celeridad, la premura y la velocidad, cada vez más alejado de sí mismo. Nuestro entorno y nuestro mundo se han convertido en un artefacto.

Pero en medio de este laberinto, ¿qué ha pasado entonces con el sujeto? Por lo que hemos visto, sólo se ha convertido en un parche de esa intersubjetividad comunicativa; ahora sólo se hace referencia a las minorías, a las etnias, a las mujeres, a los homosexuales, etc., cualquier cosa menos individuos. Pareciera que sólo existieran sujetos *sujetos* a prácticas tecnológicas, mediáticas, que se comunican virtualmente entre sí, no solamente entre números, grafos e imágenes, “en el hipertexto de la comercialidad universal y del consumismo de contenidos, sino también y muy especialmente [entre] sus miserias, sus miedos y sus fobias, su soledad y sus frustraciones; en pocas palabras, el sujeto contemporáneo es un sujeto de solo prácticas” (Duque, 2000, p. 63). Podríamos decir entonces que ya no existe sujeto, sólo una confusa rotación de signos y símbolos, y en medio de esta rotación la comunicación va perdiendo su horizonte en la medida en que se incrementan sus recursos y posibilidades. Sus opciones y sus múltiples posibilidades se encuentran controladas y ordenadas de tal manera que sólo le aliviarán su ansiedad por los instantes que dura su conexión. Allí, los juegos de rol y de identidad se hacen más frecuentes y son producto de la comunicación estimulada por la fantasía, no por un dato previo controlado y seleccionado por una instancia central, como se creía antes en la teoría del mensaje, pues hoy hablamos de algo más que el mensaje: hablamos de estímulos. Al contrario, son juegos cuyas características se mueven en el ámbito de la violencia y del sexo.

En el mundo de estas fantasías el sujeto pasea por los pasillos virtuales, efímeros y evanescentes que él mismo construye en la medida en que la técnica sea su soporte. En efecto, la técnica no sólo es humana, sino ante

todo social; la técnica, literalmente, mancomuna y conecta al hombre con su mundo (Duque, 2000, p. 97). En este sentido, podemos decir entonces que la técnica no satisface necesidades prácticas, sino que es el soporte de los roles sociales. En este contexto, de acuerdo con Roncallo, el hombre es siempre un ser que está técnicamente autodeterminado en la medida en que lo humano mismo surge de la transductividad con la técnica (2011, p. 152).

No obstante, la técnica señala el puesto del hombre en la sociedad y, siendo el artefacto de los artefactos, plasma en el mundo externo el saber multifacético de la mente. Por ello, atiende a la disposición, a la conexión de elementos, al diseño de un sistema congruente de símbolos, y convierte al mundo en un mundo sin un centro; ahora, es una red inmensa de individuos aislados, de mensajes fracturados dentro una sociedad desarraigada, donde se corre el peligro de perderse en la abundancia de datos que circula en la red. Sin embargo, la posibilidad de una filosofía de la técnica engranada dentro de la dimensión del objeto no encaja dentro de la crítica que realiza Roncallo, puesto que dicha filosofía desconoce la real dimensión y la densidad del abordaje filosófico de la técnica, en términos de lo que ésta vehicula en su relación con el hombre (Roncallo, 2011, p. 152).

En consecuencia, podemos afirmar entonces que vivimos en un mundo donde las cosas tienen valor de noticias que tienden a ser transmitidas en tiempo real y, por supuesto, todo es significativo y por ende nada lo es (Duque, 2000, p. 201), pues todo está nivelado en la red para su fácil accesibilidad y comunicación. La red lo facilita todo en la medida en que en ella todos estamos igualmente nivelados y vacíos de nuestras diferencias esenciales. En esta atomización de eventos sobre la red comunicacional, la circulación deja de ser tal y se convierte en pura diseminación, en una sola diáspora. El lenguaje se propaga a la velocidad de la luz, los significados entran con ello en ignición acelerada y los hechos quedan centrifugados. En este contexto de nivelación total –para recordar a Jünger–, a pesar de los espectáculos tan grandiosos como terribles de las tardías batallas de material, en las que el talento organizativo humano celebró sus cruentos triunfos, no llegaron a alcanzarse las últimas posibilidades; aunque nos limitemos a considerar únicamente el lado técnico de ese proceso, sólo cabe alcanzar esas posibilidades cuando la imagen del progreso bélico se halle ya inscrita en

el orden de la situación de paz. Así estamos viendo, por ejemplo, cómo en muchos Estados de la posguerra los nuevos métodos de los equipamientos bélicos están ya cortados a la medida de la movilización total. Podemos aducir aquí fenómenos como los crecientes recortes impuestos a la libertad individual, una libertad que ciertamente fue desde siempre una reivindicación problemática (2003, p. 99), y podemos afirmar también que en nuestros tiempos se incrementan de manera global las múltiples posibilidades de comunicación sin contenido aparente.

Por ello, resulta imposible una reflexión acerca de los hechos y de los acontecimientos para ajustarlos a una pauta. La supuesta reflexión es ya a su vez un comentario intencionado que acompaña al hecho y acaba por diluir las fronteras entre el hecho y la versión de su comentario. Así, en el lugar del hiperespacio de la simulación no hay lugar para la mirada de la historia. El desvanecimiento de la historia, bien sea por una fusión entre realidad y simulacro o por hiperdensidad e implosión, queda refrendado por el éxtasis de la comunicación.

Es decir, nos encontramos ante dos modos de pensar la comunicación: por un lado, tenemos la dimensión instrumental introducida por la técnica y, por otro lado, la dimensión antropológica. De esta manera, un sistema de nodos y de símbolos que se interconectan en el mismo instante en que el sujeto interactúa en su propio ambiente no determina que la comunicación sea transparente. Hemos visto que dentro de las múltiples posibilidades de comunicación a las que el hombre tiene acceso hoy en día, cada vez más se siente más solo y aislado del mundo. El hombre se encuentra desbordado por el exceso de información y en la velocidad de la vida cotidiana no tiene tiempo sino para conectarse y creer que se comunica a través de las redes sociales que conforma a su alrededor para compensar su hundimiento en sí mismo. Podemos decir que las redes sociales virtuales han hecho que el mundo se haga tan grande como un pañuelo, pero por supuesto no ha sido así con sus problemas.

Las comunidades que se crean alrededor de las redes sociales pierden el contacto y la conexión con la propia realidad de lo que realmente las convoca. Sin embargo, algunos autores han mostrado la importancia del desa-

rrollo de una inteligencia colectiva que ayude a establecer y a conformar grupos que, por un lado, proporcionen la posibilidad de oposición de subculturas contra las culturas hegemónicas y, por otro lado, produzcan programas que permitan expresar las opiniones, las oposiciones, las protestas y luchas sociales que se resisten a la masificación, la homogeneización y la pasividad (Nercissian, 2009, p. 686).

Los últimos acontecimientos en el mundo nos revelan, por ejemplo, cómo las redes sociales virtuales son el soporte de las convocatorias de las luchas sociales, lo que ha transformado políticamente la noción de comunidad y de protesta social; sin embargo, esto no quiere decir que el hombre se comunica más a través de las redes sociales: hay en ellas más información que comunicación, más datos que comprensión de sentido. La propia estructura electrónica en red exige la interactividad, con el incremento fantástico de transmisiones y la disminución, no menos vertiginosa, de contenidos, los cuales requieren, para ser inteligidos entendidos, su impresión en soporte de papel (Duque, 2000, p. 256).

Por ejemplo, la red mundial virtual asociada a los avances en biogenética, a la cirugía plástica y a la propagación de la realidad virtual digitalizada, está reproduciendo e incrementando junto con la comunicación los viejos sueños centrados en la liberación de la carne caduca y opaca, en la terrible sensación del envejecimiento y en la conciencia pavorosa de la muerte que acecha, de la posibilidad de que todo sea, de golpe, imposible. De ahí que la aparición de los nuevos juegos de consola, donde se dispone de varias muertes y de múltiples identidades intercambiables, conviertan al sujeto en la máscara vacía que no deja nada detrás de ella una vez ha sido quitada, dando como resultado una descorporeización en la que el sujeto sustituye su cuerpo real por el cuerpo electrónico e imaginado. Así, el sujeto se convierte en un montón de datos digitalizados, archivables, combinables, susceptibles de transmisión a otros soportes, bajando por toda la escala de los medios de comunicación. De acuerdo con Marquard, el mundo moderno comienza allí donde el ser humano se libera metódicamente de sus tradiciones, donde su provenir se emancipa de su porvenir. Es decir, el hombre contemporáneo sólo vive a la velocidad del hoy, donde él mismo

y la propia humanidad se encuentran enmarcados en el concepto de la novedad, de lo nuevo, y donde sus tradiciones culturales y lingüísticas se han reducido al marco de antaño, de tiempos pasados.

No hay duda de que los medios de comunicación, que tienen un valor tecnológico central en este siglo, han aligerado nuestro modo de vivir y han permitido que el tiempo que vivimos y el espacio en que vivimos sean transparentes y livianos. Además, venden un estilo de vida. Así, de acuerdo con Baudrillard, nos encontramos evidentemente en plena compulsión quirúrgica, que tiende a amputar las cosas de sus rasgos negativos y a remodelarlas idealmente mediante una operación de síntesis. Una cirugía estética al azar nos da un ejemplo de ello: podemos escoger al azar un rostro, por su belleza o por su fealdad, por sus rasgos distintivos o por sus rasgos negativos; habrá que reparar todo eso y dejarlo más bello, crear un rostro ideal, un rostro quirúrgico, modelado según nuestras apetencias y recursos financieros. Pero no es suficiente. Nunca es suficiente. Podemos cambiar a nuestro antojo el sexo al que pertenecemos, la pequeña mínima parte del destino que nos queda, nuestro mínimo de fatalidad y de alteridad (Baudrillard, 1991, p. 52), con ilusión de ser únicos y originales. Asimismo, podemos hablar de la cirugía estética de los espacios verdes (por ejemplo, los jardines en los techos de los grandes edificios de las grandes metrópolis globales), de los genes, de los acontecimientos, de la historia, pues su cirugía da cuenta de cuántas veces es revisada y corregida y sesgada.

En todas partes se llega a esa formulación inhumana del rostro, de la palabra, del sexo, del cuerpo, de la voluntad, de la opinión pública. De este modo, el trabajo ya no es una acción, es una mera operación. El consumo ya no es un goce puro y simple de los bienes, es un hacer disfrutar, es una operación compleja, modelada y valorada sobre la gama diferenciada de los objetos-signos; además, la comunicación ya no es el hablar, es el hacer-hablar a través de las pantallas (Baudrillard, 1991, p. 53). Sumado a lo anterior, vivimos también en el mundo de las pantallas, en el escenario de la ficción de la realidad y del espacio donde se proyectan los deseos y los sueños de la mayoría de los seres humanos; donde se tapan, no obstante, la frustración, la desilusión y todo lo que hable de nuestra debilidad.

Es decir, no cabe duda que el avance de la tecnología en la segunda mitad del siglo veinte permitió que se desarrollaran y surgieran diversas técnicas de difusión de imagen. Para empezar, vemos que la televisión en los años cincuenta empezó a penetrar en los hogares, transformando nuestros hábitos de estar en el mundo. En el curso de las décadas siguientes las pantallas se multiplicaron de forma exponencial: la de la computadora, que en este momento es portátil y personal, la de las consolas de videojuegos, la de Internet, la del teléfono móvil y la de otros aparatos digitales, como las cámaras digitales y el GPS (Lipovetsky, Serroy, 2009, p. 10). Así, nos encontramos en menos de medio siglo en la unipantalla, en la pantalla espectáculo, en la pantalla comunicación. Las encontramos por doquier y en todo momento. Encontramos las pantallas en los aeropuertos, en las tiendas, en los restaurantes, en los bares, en las calles, en los aviones, en el metro, en los autos; pantallas de todos los tamaños, pantallas planas, pantallas completas, pantallas al gusto del consumidor y del usuario. Es el siglo de la pantalla omnipresente y multiforme, planetaria y multimediática. Esto produce la comunicación en pantalla táctil y multifacética. Es el exceso de imágenes digitales y la proliferación de la saturación. La pantalla ocupa hoy el lugar de la comunicación.

En la pantalla se percibe entonces la expresión de un espíritu superficial, desengañado, nihilista, apuntalado por la desaparición de los grandes horizontes de sentido. Los más pesimistas ven en ella una figura del agotamiento o la obsolescencia del espíritu de la modernidad; cuando ya no se cree en nada, se desata el juego puro de los signos que giran sobre sí mismos en una circularidad especular infinita (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 138), presenciada en vivo y en directo gracias a la omnipresencia de la pantalla. En medio de esta circularidad emerge lo que aquí hemos denominado la espiral del silencio. Con el actual desierto del sentido, lo que se avecina es el juego de la estética desustancializada, desencantada, y de imágenes que se saben meras imágenes, pues detrás de ellas lo único que hay es el vaciamiento de sentido. El sentido se hace individual. ¿Dónde está la realidad?

Recordemos que la sociedad hipermoderna está dominada por la categoría temporal del presente, tal como lo ha indicado Heidegger, pues esta temporalidad no conoce otra forma de ser que la omnipresencia abarcadora

del presente. Consumo, publicidad, información, modas, ocio, tienen como telón de fondo el agotamiento de las grandes doctrinas futuristas; toda la cotidianidad se encuentra hoy remodelada por las normas del aquí y el ahora y la instantaneidad (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 163). Hoy nos encontramos en una cultura consagrada al presente, que se basa en el tiempo breve de los beneficios económicos, la inmediatez de las redes digitales, los goces privados y los deseos que se ofrecen y se venden como relatos salvadores.

Pero la paradoja es que, al mismo tiempo, nuestra época presencia un amplio movimiento de revitalización de las coordenadas del pasado, ya que se vive un verdadero frenesí patrimonial y rememorativo que se guarda y se almacena en museos, pero que no permean la vitalidad de la herencia de la tradición; además existe ahora como nunca antes el culto al paisaje y a todo lo verde y una absoluta multiplicación de celebraciones de diversos aniversarios. Todo lo anterior acompañado por un acusado fervor por las identidades culturales, étnicas y religiosas que se remiten a una memoria colectiva estéril (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 163). No olvidemos que es el tiempo de la memoria guardada en un museo o digitalmente. En una pantalla gigante. Así, la gran pantalla reproduce todos los temores relacionados con la degradación del ecosistema, con riesgos irremediables que pesan sobre la humanidad y el planeta. En un momento en que el mercado y el hiperconsumo parecen instalar al individuo en una referencia exclusiva al presente, se diría entonces que las inquietudes relativas al futuro planetario son apremiantes, aunque no movilicen ningún comportamiento en el presente. De esta forma, las pantallas de comunicación multiplican los contenidos que tienen que ver con los riesgos y los miedos que tiene el hombre al futuro. Todo vende, incluso el temor al porvenir.

El mundo que vivimos y que nos muestran los medios de comunicación es un mundo neoliberal que revienta los sistemas de protección social y las antiguas identidades profesionales; vemos a diario las noticias acerca de las luchas sociales que se viven por la falta de oportunidades de trabajo, de educación y de salud, protestas por sistemas políticos adversos y de espaldas a sociedades en cambio, ajenos a las necesidades más apremiantes del hombre. Se sacrifica al individuo en aras de los intereses bursátiles y del rendimiento. La invalidación social de amplios tramos de la población

aumenta, las condiciones salariales se degradan, las antiguas solidaridades laborales se esfuman; así, el individuo atrapado en la selva del capitalismo salvaje se encuentra a merced de un porvenir inseguro, de un proceso de atomización que lo deja solo ante sí mismo y ante una vida vacía y sin protección, sin cultura de clase, sin una comunidad colectiva y sin un proyecto político para transformar el mundo (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 192). Como vemos en la pantalla mediática, estos son tiempos de desempleo, de precariedad laboral y de individualismos extremos.

El individualismo, en efecto, ha entrado en otra fase de su andadura histórica: ha entrado en su momento hipermoderno, que se caracteriza por el culto al cuerpo, el culto a lo psicológico, el culto al hedonismo consumista y el culto a la autonomía subjetivista, y que brotan cuando desaparece la fe en las grandes ideologías de la historia. De aquí surgen enormes paradojas. Siguiendo en este punto a Lipovetsky, podemos señalar ahora que el neoindividualismo comporta la liberación de la vida privada, pero también la fragmentación del yo que se muestra en el incremento de la ansiedad, la depresión y los suicidios. Coincide también con la soberanía triunfal del sujeto, pero también con la desestructuración de los vínculos sociales y familiares. Todo esto es sinónimo de masificación. Así, cuanto más nos preocupamos por el planeta, más pasiones consumistas exhibimos a través de la búsqueda de los medios para lograr nuestros fines. Cuantas más terapias psicológicas hay y se promueven a través de los medios de comunicación, menos nos conocemos. Cuanto más se exhiben en las pantallas las aspiraciones hedonistas, más se intensifican las angustias existenciales del individuo frente al fracaso por pretensiones de sentido desmedidas. La existencia del hombre-pantalla se exhibe sin contemplaciones y hasta se comentan sus fracasos y frustraciones con ánimo pedagógico y estimulante; se muestran los sueños metamórficos de cada cual.

Y, por supuesto, no podemos dejar de lado la magia de la publicidad, que ahora es ostentosa en todos los sentidos y direcciones, pues se ha hecho omnipresente en todos los formatos y satura todos nuestros espacios y deseos. Así, vemos que en todas las pantallas las marcas se hacen presentes y se entretajan en el círculo de las emociones del espectador. No hay for-

mato que la publicidad no roce, no seduzca con su mensaje y su inevitable indiscreción. En su encanto, la publicidad es frenética, al igual que su consumidor. La publicidad va del espectáculo al hiperespectáculo, pues desarrolla una historia, una estética de impacto y magia visual y se magnifica en el universo de los deseos del lujo, de la belleza y de la moda. Vivimos no sólo la inflación económica, sino también la inflación de las pantallas. Somos testigos de una proliferación de pantallas. Pantallas que siempre están ahí, pantallas que se interconectan, pantallas nuevas, pantallas con nuevos recursos tecnológicos, pantallas que permiten ver el interior del cuerpo, pantallas de vigilancia, pantallas en cascos; en fin, un universo infinito de posibilidades informáticas y multimediáticas. Pero todo esto es realmente una inmensa cortina de humo. La lectura en una pantalla portátil conectada a Internet es hoy una realidad y configura realidad. Jugamos con las imágenes, con los contenidos, les damos vuelta y ampliamos su formato. Todo está en un juego digital. La comunicación es tan ligera como el papel de antaño, y hace del mundo un mundo miniaturista, ya que tiene el tamaño de un teléfono móvil, un artefacto tendrá la capacidad de adaptarse cada vez más al cuerpo del hombre y podrá ser del tamaño de un reloj de pulsera; aunque con ello se acerca el futuro de la voz digital y la ausencia de artefactos técnicos tal como los conocemos hoy.

Algunas conclusiones

Según el panorama expuesto, la comunicación se hace cada vez más hiperindividualista y se realiza de acuerdo con los gustos personales y, por supuesto, con los modos de pensar. ¿Dónde quedará el debate? Sólo nos comunicamos con breves mensajes informáticos, en lugar de hablar directamente con los demás; se suprime aquí el rodeo hermenéutico de la comprensión bajo la exigencia de la brevedad. No hay tiempo para ello, es decir, no hay tiempo para la comprensión de sí. En una existencia informatizada, el hombre ha perdido el vínculo y su asidero tangible con lo humano (Lipovetsky y Serroy, 2009, p. 276). Así, conforme el cuerpo deja de ser el asidero real de la vida, el horizonte que se perfila es el de un universo fantasma, descorporeizado y desensualizado. En definitiva, podemos ver que nos encontramos ante el mundo de la facticidad y del *performance*, donde el mundo es performativo y se encuentra como un satélite fuera de nosotros, y donde además los

signos se construyen artificialmente. Irreversiblemente, vivimos una época nihilista, y parece como si se hubieran invertido los papeles, como si la nada hubiese tomado por asalto el lugar que algún día correspondió al ser. Ya no es el ser lo más cercano, lo más evidente, sino lo más lejano, lo más extraño (Ávila, 2005, p. 27).

¿Se ha perdido realmente el carácter dialógico de la vida humana y de la comunicación? ¿El individualismo conduce a la incomunicación? Podríamos decir, de acuerdo con Ávila, que el individualismo es válido, como lo es también el ideal de autenticidad que implica, pero lo que degrada una y otra cosa es precisamente el egocentrismo y el narcisismo. Lo que en definitiva degrada nuestras relaciones es su instrumentalización por el excesivo y exclusivo interés personal e individual (Ávila, 2005, p. 154). Es decir que al vivir dentro de un sistema móvil que nos interconecta a unos con otros y que bajo la lógica técnica nos junta, evidentemente nos une en comunidades inexistentes y en redes subjetivas de comunicación vacía. Esta movilidad de carácter sistémico ha permitido que la comunicación fluya de forma independiente e individualista tantas veces como clics se realicen; de esta forma, asistimos a un salvajismo de la propia comunicación, pues ya no importa el contenido del mensaje, lo que impera es la velocidad de su información.

Así, por su misma característica, la comunicación en este sistema se desvanece tan pronto nos desconectamos y caemos de nuevo al vacío existencial que nos atormenta día a día. Es decir, la movilización total de nuestro tiempo es puesta en marcha por una comunicación que se aleja del vínculo con los otros, convirtiendo al hombre en su propio invento, en simple texto vacío, pues nos ha superado la relación con el artefacto. Contra este nihilismo devastador, contra la falta de una comunicación de escucha atenta, de la mediación reflexiva, está la piedad del pensar. Así, meditar no es refutar, es empero recuerdo interiorizante y, por lo tanto, torsión de la esencia de la metafísica que comenzó decantándose por la presencia hasta llegar a la máxima expresión del olvido del ser, que es la comprensión del ser como voluntad, o el eclipse del ser por el ente (Ávila, 2005, p. 245). El pensar sólo comienza cuando hemos experimentado que la razón, tan glorificada durante siglos, es la más tenaz adversaria del pensar.

De esta forma, podemos señalar entonces que la piedad de pensar aplicada al fenómeno de la comunicación es la inminente necesidad de pensar la comunicación en sus múltiples dimensiones: la dimensión antropológica y su relación con el hombre y con su mundo autoconstruido por artefactos técnicos que se rigen bajo un lenguaje tecnológico; la dimensión instrumental, la del mundo de la luz y de la sombra como condición de toda posibilidad, pero teniendo en cuenta que ella misma no puede ser valorada sin las circunstancias antes expuestas, y, finalmente, la dimensión arquetípica, arquitecta y ejecutora de múltiples mundos e identidades. Entonces nos quedan más preguntas que respuestas: ¿a qué comunicación nos enfrentamos hoy, cuando no sabemos quién es el otro, cuando ese otro se muestra multimodal y de múltiples máscaras? ¿Cómo se construye una opinión pública, cuando únicamente existe una mediación tecnológica, unidireccional? ¿Realmente estamos inmersos en una comunicación tan individualista que el carácter central de comunidad se disuelve en un sistema interaccional?

Así como ha habido una migración del campo a la ciudad, existe también ahora una migración desde el ser; constantemente, los nuevos empresarios en el espacio proyectivo, los artistas, organizadores y redactores de programas, igual que los empresarios en sentido estricto, migran del viejo mundo del ser meditativamente pensado para asentarse dinámicamente en el nuevo mundo de la nada abierta en forma de proyectos cada vez más globales y virtuales (Sloterdijk, 2011, p. 254). Es decir, hemos pasado de lo real a lo virtual, a la ficción. El viejo ser y sus entes se ven hoy sobrepasados por un añadido de nuevas realizaciones, cuya potencia está en crecimiento permanente y cuyos precipitados se extienden como actos de artificialización en culturas del aparato, de la imagen y de la incomunicación. Lo que una vez se llamó el ser, se tiene hoy ya como una capilla entre rascacielos o como una prueba de la existencia de Dios sobre una expresión computacional (Sloterdijk, 2011, p. 255).

Pero del cristal y del acero, de nuevos materiales y de nuevos sistemas de escritura crece también un entremundo que no puede clausurarse ni ser dominado por ninguna síntesis, el cual no es ni nada, ni naturaleza ni una voluntad de novedad no realizada y en incubación, sino más bien un

mundo de aparatos enteramente cristalizado como voluntad sda, que ha dejado de ser, de existir, a lo que se añade la basura técnica como desecho de la masa de artefactos despreciados (Sloterdijk, 2011, p. 255). En este sentido, las ciudades gigantes, frías e impersonales, los museos llenos de recuerdos y las montañas de basura son los resultados de la época vacía y ociosa que vivimos.² Sin embargo, el final aún no se acerca, a pesar de su proximidad y de las falsas conclusiones sobre el cansancio de los procesos mundiales que estamos viviendo. Por ello, se requiere ahora de una tarea intensa de pensar nuestro tiempo a la luz de los horizontes multidireccionales y de reflexionar a partir de aquí sobre la comunicación, así como sobre el arte y la técnica.

En definitiva, nuestra reflexión podría implicar también un posible giro a lo abierto, un giro a pensar la comunicación desde el interior del hombre como un esquema completo de ida y regreso que atraviesa todas sus posibles y múltiples dimensiones. ¿Es necesario una vuelta en contra del hiperconsumo, del exceso de la técnica, de lo hipermediático, de la hiperestetización del mundo de la vida? ¿Cómo autocomprender entonces la comunicación en tiempos exacerbados de despliegue técnico? ¿La comunicación deberá aún entenderse como posibilidad de interacción humana? Atender a estas preguntas lleva consigo necesariamente la tarea de pensar como el gesto más adecuado a nuestro presente.

Referencias

Arteta, A. (2010). *Mal consentido*. Madrid: Alianza.

Ávila, R. (2005). *El desafío del nihilismo*. Madrid: Editorial Trotta.

Baudrillard, J. (1991). *La transparencia del mal*. Barcelona: Anagrama.

2 Siguiendo en este punto a Jünger, vivimos en un mundo que, por un lado, se asemeja enteramente a un taller y, por otro, es completamente parecido a un museo. La diferencia entre las exigencias que esos dos paisajes hacen es la siguiente: nadie está obligado a ver en un taller más que precisamente un taller, mientras que en el paisaje museístico reina un ambiente edificante que ha asumido formas grotescas. Hemos llegado a una especie de fetichismo histórico que es directamente proporcional a la falta de fuerza productiva. De ahí que resulte consolador pensar que, de conformidad con una cierta correspondencia secreta, el refinamiento de unos medios destructivos grandiosos camina al mismo paso que el almacenamiento y la conservación de los así llamados bienes culturales (1990, 190, p. 59).

- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. Londres: Sage.
- Bell, D. (2007). *Cyberculture theorists. Manuel Castells and Donna Haraway*. Estados Unidos y Canadá: Routledge.
- Blumenberg, H. (2003). *Trabajo sobre el mito*. Buenos Aires: Paidós.
- Bradley, G. (2006). *Social and Community Informatics, Humans on the Net*. Nueva York y Londres: Routledge.
- Duque, F. (2000). *Filosofía para el fin de los tiempos*. Madrid: Akal.
- Gehlen, A. (1993). *Antropología filosófica del encuentro y descubrimiento del hombre mismo*. Buenos Aires Paidós.
- Gehlen, A. (1980). *El hombre, su naturaleza y su lugar en el mundo*. Salamanca, Sígueme.
- Jünger, E. (2003). *Sobre el dolor*. Barcelona: Ensayo Tusquets.
- Jünger, E. (1994) *Acerca del nihilismo*. Barcelona: Paidós.
- Jünger, E. (1990). *El trabajador*. Barcelona: Ensayo Tusquets.
- Kraus, K. (1981). *Contra los periodistas y otros contras*. Madrid: Taurus.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2009) *La pantalla global*. Barcelona: Anagrama.
- Marquard, O. (2007). *Dificultades con la filosofía de la historia*. España: Ensayos, Pretextos.
- Marquard, O. (2006). *Felicidad en la infelicidad*. Buenos Aires: Kats editores.
- Marquard, O. (2001). *Filosofía de la compensación. Estudios sobre antropología filosófica*. Barcelona: Ediciones Paidós.

- Marquard, O. (1986). *Apología de lo contingente*. Valencia: Editorial Novatores.
- Nercissian, E. (2009). *Social Anthropology of Convergence and Nomadic Computing*. World Academy of Science, Engineering and Technology. The Pennsylvania State University
- Plessner, H. (1983). *Man and Time*. Princeton University Press. Princeton, Nueva Jersey.
- Roncallo, S. (2011). *Más allá del espejo retrovisor*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Stoecker, R (2005). "Is Community Informatics good for communities?"
En: *The Journal of Community Informatics*, 1 (3), pp. 13-26
- Sloterdijk, P. (2011). *Sin salvación. Tras las huellas de Heidegger*. Madrid: Akal.
- Taylor, C. y Pitman, T. (2007). *Latin American Cyberculture and Cyberliterature*.
Liverpool: Liverpool University Press.
- Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Volpi, F. (2005). *El nihilismo*. Buenos Aires: Editorial Biblos.