

Álvaro Cuadra

Docteur de la Sorbonne Paris. France

Universidad Central del Ecuador

arcuadra@uce.edu.ec

Cibercultura y Comunicación Digital *Configuración antropológica de lo político*

Cyberculture and Digital Communication *Anthropological configuration of the political*

DOI 10.35588/rp.v0i20.6554

Resumen

El propósito de este artículo es situar la nueva configuración de lo político en relación a las mutaciones culturales derivadas del desarrollo tecnológico digital y a una nueva episteme de las comunicaciones, la *Computer Mediated Communication* (CMC). Las nuevas modalidades de “gubernamentalidad algorítmica” no solo atañen a nuevas estrategias de administración y gobierno sino que, desde una perspectiva crítica, representa el advenimiento de un nuevo tipo de sociedad, las sociedades de hipercontrol. He ahí la inédita configuración antropológica de lo político en nuestros días, una condición híbrida en que la Artificial Intelligence debe coexistir con la inteligencia humana.

Palabras clave: «Cibercultura», «CMC», «Gubernamentalidad algorítmica», «Sociedad de Hipercontrol».

Abstract

The purpose of this article is to situate the new configuration of the political in relation to the cultural mutations derived from digital technological development and a new episteme, Computer Mediated Communication (CMC). The new modalities of “algorithmic governmentality” not only concern new administration and government strategies but, from a critical perspective, represent the advent of a new type of society, hyper-control societies. This is the unprecedented anthropological configuration of the political in our days, a hybrid condition in which Artificial Intelligence must coexist with human intelligence.

Keywords: «Cyberculture», «CMC», «Algorithmic governmentality», «Hyper-control Society».

1. El concepto de “cultura” se ha tornado especialmente complejo e inestable. Por ello, se hace indispensable, por lo menos, reconocer su genealogía. En su sentido más amplio, nuestro concepto de cultura se refiere a un cierto “régimen de significación”, es decir, un sistema interrelacionado de signos y comunicación que configura un repertorio sensible en una época histórica dada.

El concepto de “cultura” ha sido tratado por las ciencias sociales desde cuatro disciplinas, a saber: antropología, sociología, sociología del conocimiento y, en la actualidad, desde visiones transdisciplinarias que se engloban en el término “*Cultural Studies*”.

Nuestra mirada se aproxima a una antropología simbólica que reconoce, en primer lugar, el carácter semiótico de la cultura. En este sentido, tomamos como punto de partida las palabras de Clifford Geertz cuando señala:

«El concepto de cultura que propugno/ . . ./ es esencialmente semiótico. Creyendo con Max Weber que el hombre es un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones».
(Geertz, 1990: 20).

El concepto semiótico de la cultura reconoce varios antecedentes teóricos, entre los más destacados mencionemos la definición que nos ofrece Lévi-Strauss desde el estructuralismo: “La cultura puede considerarse como un conjunto de sistemas simbólicos que tienen situados en primer término el lenguaje, las reglas matrimoniales, las relaciones económicas, el arte la ciencia, la religión” (Levi Strauss, 1971: 21). La llamada antropología simbólica reconoce junto a Geertz los aportes de Victor Turner (1980), en torno a la noción de símbolo y ritual y Mary Douglas (1996), cultura y sociedad.

El concepto semiótico de cultura ha sido enunciado de modo rotundo por Umberto Eco en su célebre *Tratado de Semiótica General*:

«la cultura por entero debería estudiarse como un fenómeno de comunicación basado en sistemas de significación. Lo que significa que no sólo puede estudiarse la cultura de ese modo, sino que, además, sólo estudiándola de ese modo pueden esclarecerse sus mecanismos fundamentales». (Eco, 1981: 58).

La cultura, entonces, es un gran fenómeno de comunicación, basado en sistemas de significación. En este sentido, habría que consentir con Lotman (1979) en cuanto a que la cultura es toda la información no genética. Es esta información la que instituye un *cosmos* y un *nomos* sobre un fondo de no cultura.¹

Si entendemos la noción de cultura en su sentido semiológico, debemos admitir que ésta se nos presente como un repertorio o *regime*, un “régimen de significación”, es decir, un sistema interrelacionado de signos (códigos) capaces de establecer un proceso de comunicación.

Ahora bien, si concebimos la cultura como una entidad semiótica, esto significa que el concepto mismo de cultura es indisociable de la significación y la comunicación. Esto nos lleva a una cuestión crucial: cualquier transformación en el ámbito comunicacional implica, de inmediato, una mutación en la cultura.

En las últimas décadas se ha escenificado, precisamente, una de las más grandes transformaciones de las comunicaciones, un hecho tecnológico de alcance epistemológico. En efecto, la convergencia tecno científica ha cambiado, radicalmente, la manera en que nos comunicamos. Afirmar que ha mutado el modo en que nos comunicamos quiere decir que lo que ha cambiado es el modo en que se produce, se distribuye y se consume los bienes simbólicos. Un buen ejemplo de esto lo constituye la música, hemos pasado de los discos de vinilo al *Spotify*. A esta dimensión económica-cultural habría que agregar algo mucho más sutil y profundo que no es sino el modo en que construimos la significación, los modos de significación.

¹ En el seno de la cultura existe un dispositivo estereotipizador; el sistema sónico por excelencia que no es otro que el llamado lenguaje natural. Este principio de estructuralidad constituye un verdadero sistema de modelización primario a partir del cual se construyen otros sistemas más complejos en una cultura como los discursos estéticos, éticos, políticos, etc.

Los modos de significación se relacionan con las cualidades inherentes a la mente humana, el conjunto de capacidades cognitivas como la percepción, el pensamiento, la consciencia, la memoria y la imaginación. Esto se expresa en tres dimensiones propias de los modos de significación, a saber: el *sensorium*, los *habitus* y el *imaginario* histórico social. (Véase Cuadro nº 1).

		SIGLO XX	SIGLO XX
	ECONOMIA CULTURAL Modo de Producción Distribución y Consumo de bienes simbólicos	INDUSTRIA CULTURAL	HÍPERINDUSTRIA CULTURAL
		PRENSA RADIO CINE TV CODIFICACIÓN ANALÓGICA	INTERNET REDES SMART-TV CODIFICACIÓN DIGITAL
RÉGIMEN DE SIGNIFICACIÓN Sistema interrelacionado de signos (códigos) capaces de establecer un proceso de comunicación			
	MODO DE SIGNIFICACIÓN Configuración histórica social de: Sensorium Habitus Imaginarios	CULTURA ALFABÉTICA Sensorium mecánico newtoniano basado en estructuras estables. IMAGINARIO MODERNO	CIBERCULTURA Sensorium relativista y cuántico basado en flujos inestables. IMAGINARIO HÍPERMODERNO

Cuadro nº 1

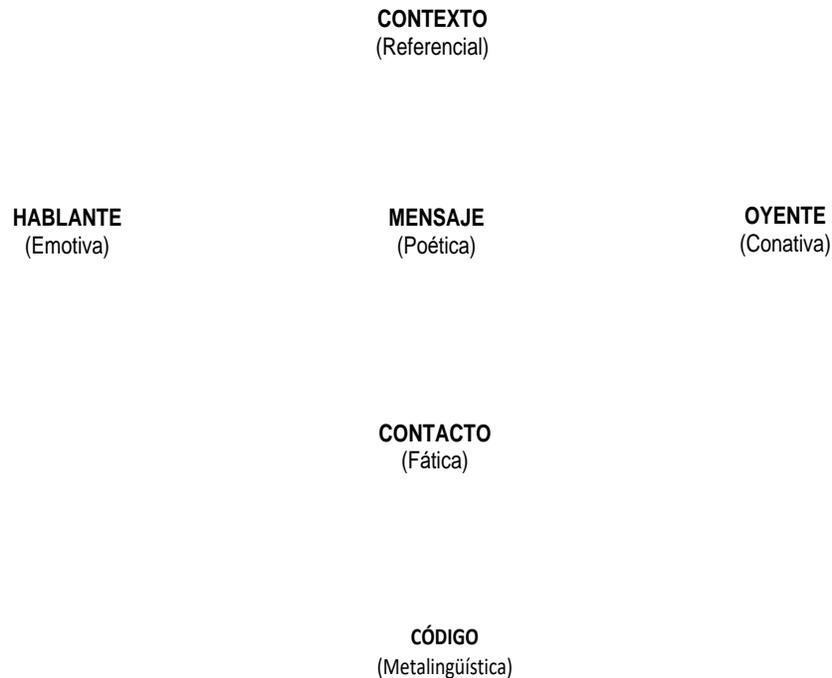
2. Sostenemos que una transformación en el ámbito comunicacional implica de suyo una mutación cultural. Por tanto, es menester demorarnos en lo que podríamos llamar la cuestión comunicacional. En la actualidad asistimos a una profunda mutación antropológica cultural derivada de la conjunción de dos modelos socioculturales, a saber: Sociedad de Consumo (*consumidores*) (Bauman, 2012) y Sociedad de la Información (*usuarios*) (Lash, 2005).

Los nuevos soportes tecnológicos han hecho posible el uso de códigos digitales, utilizando como arquitectura física una configuración reticular. Esta modalidad comunicacional ha sido llamada CMC *Computer Mediated Communication* (Hine, 2004). Al observar el desarrollo vertiginoso de la CMC en las últimas décadas, podemos advertir el abismo que existe entre las nuevas formas de comunicación y las teorías que pretenden esclarecer el fenómeno. En los estudios comunicacionales contemporáneos existe una brecha teórica, verdadero déficit epistemológico, que nos impide una comprensión más profunda de la naturaleza y el alcance de la mutación en curso.

Si la cultura es una entidad semiótica, debemos apuntar nuestra mirada a los distintos modelos epistemológicos que han querido explicar la comunicación. Recordemos que una de las definiciones de la semiótica, justamente, es una formalización, una producción de modelos. Así, cuando digamos semiótica pensaremos en la elaboración de modelos (Kristeva, 1985). Los modelos son constructos, estructuras isomorfas respecto del fenómeno que se quiere estudiar. En los estudios comunicacionales se utilizan modelos matemáticos (ecuaciones), modelos lógicos (algoritmos) y, ciertamente, modelos gráficos (diagramas) en los que operan conceptos y relaciones. Los diversos modelos comunicacionales pueden ser ordenados de acuerdo a diversos criterios, en nuestro caso optaremos por el concepto de memoria, entendiendo que es uno entre muchos posibles.

Al examinar el decurso de los estudios comunicacionales, debemos remontarnos hasta finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Entre las figuras más destacadas están Charles Sanders Peirce y Ferdinand de Saussure. Nos interesa destacar que los primeros estudios semiológicos tomaron como punto de partida el lenguaje humano. En este sentido, los primeros modelos comunicacionales fueron de carácter logocéntrico, en que dos hablantes se comunicaban a través de un sistema lengua. Será Jakobson quien va a elaborar un modelo lingüístico de comunicación

que aparece en 1960 en el artículo “Lingüística y Poética”, en la obra dirigida por T.A. Sebeok *Style in Language* (Jakobson, 1975).



Cuadro nº 2

Al analizar el modelo de Jakobson, podemos observar que nos presenta una configuración bipolar, una conversación, entre dos sujetos. Notemos que los sujetos son concebidos desde lo propiamente lingüístico, esto es, como un “hablante” y un “oyente”. El “código” en este modelo comunicacional no podría ser sino el sistema lengua en la concepción saussuriana (de Saussure, 1991). Esto nos parece importante, pues para el filólogo suizo, la “*langue*” es de naturaleza psíquica. En este estricto sentido, podríamos afirmar que el modelo lingüístico de Jakobson es un modelo “psicogenético” ya que de manera implícita debemos reconocer la lengua como una mnemotécnica, una memoria inmanente al sujeto que habla. (Véase Cuadro nº 2).

Si el fundamento de este modelo comunicacional es el sistema lengua, debemos aceptar que los mensajes codificados por este código van a poseer un carácter lineal o sintagmático. Esto nos parece crucial, pues, como veremos más adelante, una de las características del discurso digital es su no-linealidad. Por último, observemos que una de las dimensiones del lenguaje es la función referencial, esto es, la representación.

Este modelo de carácter “psicogenético” deja en suspenso una serie de interrogantes. Por de pronto, no resulta claro que las competencias lingüísticas sean suficientes para explicar el proceso comunicacional. De hecho, hablar una lengua excede con mucho el “diccionario”, es imprescindible poseer competencias histórico culturales; solo conociendo la “enciclopedia” podemos dominar una lengua dada. Otra pregunta tiene que ver con el aspecto pragmático del lenguaje, es decir, con el habla. En pocas palabras, cabe preguntarse sobre los distintos tipos de contextos a los cuales puede referir un mensaje.

Todas las cuestiones planteadas se sitúan más allá del modelo lingüístico y exigen problematizar el modelo desde sus supuestos culturales, sociales y epistemológicos; dicha tarea será acometida por la *teoría crítica* (Honneth, 1991). En efecto, la Teoría de la Acción Comunicativa propuesta por Jürgen Habermas señala un punto de inflexión en cuanto a la concepción de la memoria y el proceso comunicacional que hacen de su modelo, un modelo comunicacional pragmático- formal, de carácter sociogenético.

3. Jürgen Habermas, en su reconocida y extensa obra titulada *Teoría de la Acción Comunicativa* (Habermas, 1989), revisa el problema de la racionalidad de la acción social desde Max Weber a Talcott Parsons, proponiendo una nueva visión cuyo fundamento no es otro que la comunicación.

Habermas pertenece a la tradición de la llamada *teoría crítica*, corriente intelectual fructífera iniciada por Max Horkheimer en Frankfurt, durante los años veinte. Otros miembros destacados fueron Theodor Adorno, Walter Benjamin, Henry Marcuse y Eric Fromm, por mencionar algunos. La tesis habermasiana toma como punto de partida la tipología de la acción de Weber, haciendo de ella una versión no oficial. Esta versión divide las acciones en dos grandes grupos:

por una parte, aquellas que se coordinan mediante tramas de intereses, y por otra parte, las que se coordinan mediante acuerdo normativo.

La dicotomía de Max Weber se va a transformar en Habermas en acciones estratégicas y acciones comunicativas, o si se prefiere, acciones *orientadas al éxito* y acciones *orientadas al entendimiento*. La noción de *éxito* queda definida en los siguientes términos: “El éxito viene definido como la efectuación en el mundo del estado de cosas deseado que en una situación dada puede ser generado causalmente mediante acción y omisión calculadas” (Habermas, 1989: 366).

Las acciones humanas orientadas hacia el éxito tienen como medios, lo económico (*la riqueza*) y lo político (*el poder*). En cambio, las acciones orientadas hacia el entendimiento se realizan a través de actos de habla. De este modo, la concepción habermasiana de lo social se fundamenta, precisamente, en la intersubjetividad lingüística. Habermas va a distinguir, entonces, los siguientes tipos de acciones:

Acciones instrumentales: este tipo de actividad está orientada al éxito, pero desde la perspectiva de la observancia de reglas de acción técnicas. Las acciones instrumentales se evalúan por la eficacia en la intervención en un estado de cosas o sucesos. En este sentido, se trata de una acción no social.

Acciones estratégicas: son aquellas acciones orientadas al éxito, pero consideradas como la observancia de reglas de elección racional que influyen sobre un interactuante racional. A diferencia de las acciones instrumentales, éstas son sociales.

Acciones comunicativas: este tipo de acción no busca influir en las decisiones de un oponente, sino que busca el entendimiento para interpretar juntos una situación y coordinar planes de acción.

Conviene aclarar que los llamados efectos perlocucionarios, como los llama Austin (1971), deben entenderse como casos especiales de interacciones estratégicas. Por el contrario, las acciones comunicativas persiguen solamente fines ilocucionarios:

«Cuento pues, como acción comunicativa aquellas interacciones mediadas lingüísticamente en que todos los participantes persiguen con sus actos de habla fines ilocucionarios y sólo fines ilocucionarios. Las interacciones, en cambio, en que a lo menos uno de los participantes pretende con sus actos de habla provocar efectos perlocucionarios en su interlocutor, las considero como acción estratégica mediada lingüísticamente». (Habermas, 1989: 378).

Habermas va a caracterizar las relaciones entre la acción y el mundo, utilizando los conceptos de Karl Popper y Jarvie, para quienes la realidad del mundo se escinde en tres universos distintos, a saber:

Mundo Objetivo: universo de objetos y estados físicos.

Mundo Social: universo regulado por normas que rigen los Comportamientos.

Mundo Subjetivo: universo de los sentimientos, deseos y actitudes íntimas de un sujeto.

Para actuar comunicativamente, tanto el hablante como el oyente deben estar familiarizados con un cierto *saber cosmovisivo* que opera en la cotidianidad. Se trata de un conjunto de convicciones o suposiciones que damos por descontado. A este saber lo llama Habermas, *Lebenswelt o mundo de la vida*, utilizando la denominación de la fenomenología de Husserl.

También se le ha llamado “*trasfondo de obviedad*” a esta estructura subyacente que permite la comunicación. Entre sus características, Habermas señala que se trata de un saber aporético, implícito y holísticamente estructurado.

Este trasfondo prerreflexivo se nos presenta como una auto evidencia. Este fundamento último no es verdadero ni falso. Más bien, es un saber que sostiene lo que tenemos por verdadero. Este trasfondo emerge solamente cuando se lo problematiza. De hecho, el *mundo de la vida* permite que no existan situaciones absolutamente desconocidas. El *Lebenswelt* es el espacio que posibilita el entendimiento entre un hablante y un oyente.

En términos de una experiencia concreta, el trasfondo de lo obvio nos lleva a pensar, de modo

natural, que el mundo que conocemos seguirá siendo más o menos el mismo. A esto podemos llamarlo “*y así sigue*”. No sólo eso, si es verdad que el mundo es constante, entonces, una acción llevada a cabo con éxito puede realizarse una vez más: puede hacerse siempre otra vez.

Tal es el suelo seguro que pisamos. En la práctica, un hablante y un oyente incorporan el espacio y el tiempo como obviedades; así son capaces de datar y localizar sus emisiones en el espacio social y el tiempo histórico. De este modo, es posible describir hechos o sucesos mediante relatos o cuentos tenidos por verdaderos.

El entendimiento ordinario o de sentido común posee un marcado carácter contextual, según ha sido planteado por la llamada *etnometodología* (Heritage, 1991). La categoría de *mundo de la vida* es distinta al de los tres mundos descritos anteriormente:

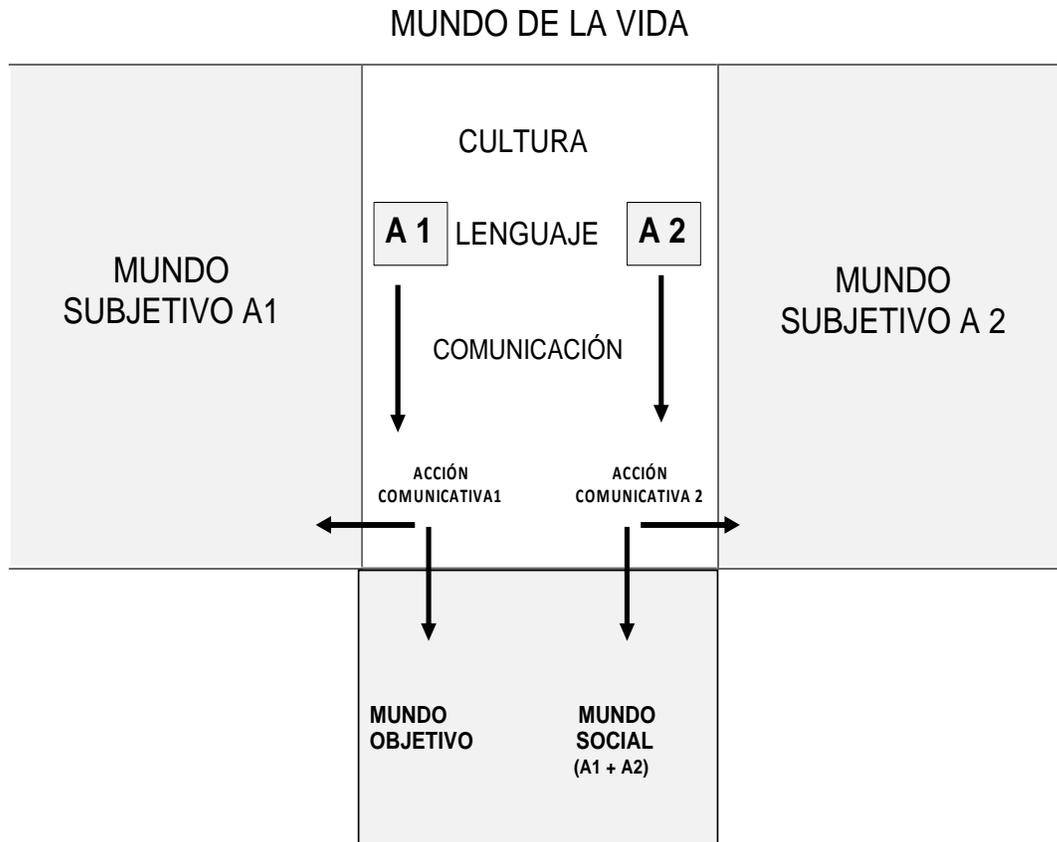
«La categoría de mundo de la vida tiene un status distinto que los conceptos formales de mundo de que habíamos hablado hasta aquí. Estos constituyen, junto con las pretensiones de validez susceptibles de crítica, el armazón categorial que sirve para clasificar en el mundo de la vida, ya interpretado en cuanto a sus contenidos, situaciones problemáticas, es decir, situaciones necesitadas de acuerdo». (Habermas, 1989: 178).

Los diversos mundos mencionados califican los posibles referentes (normativo, subjetivo u objetivo). En cambio, el mundo de la vida fija las normas de intersubjetividad del entendimiento posible. Esto nos lleva a definir una *situación* como un fragmento del mundo de la vida delimitado respecto de un tema. El tema está en relación con intereses y fines de acción. Es un ámbito de relevancia.

Al examinar la Teoría de la Acción Comunicativa en tanto modelo comunicacional, podemos observar que estamos ante un modelo pragmático formal en que la lógica y los actos de habla intentan explicar la intersubjetividad lingüística entre dos actores sociales. (Véase Cuadro nº 3).

Este modelo, de índole sociocultural, adquiere un carácter “sociogénico” en cuanto reconoce una memoria más allá del psiquismo individual inmanente al sistema lengua, esto es, una memoria colectiva (cultural). Ya no bastan las competencias lingüísticas (diccionario), sino que se hace indispensable reconocer las competencias de carácter histórico-culturales (enciclopedia).

Notemos que el modelo habermasiano adquiere así un carácter no sólo performativo sino intrínsecamente comunitario.



Cuadro nº 3

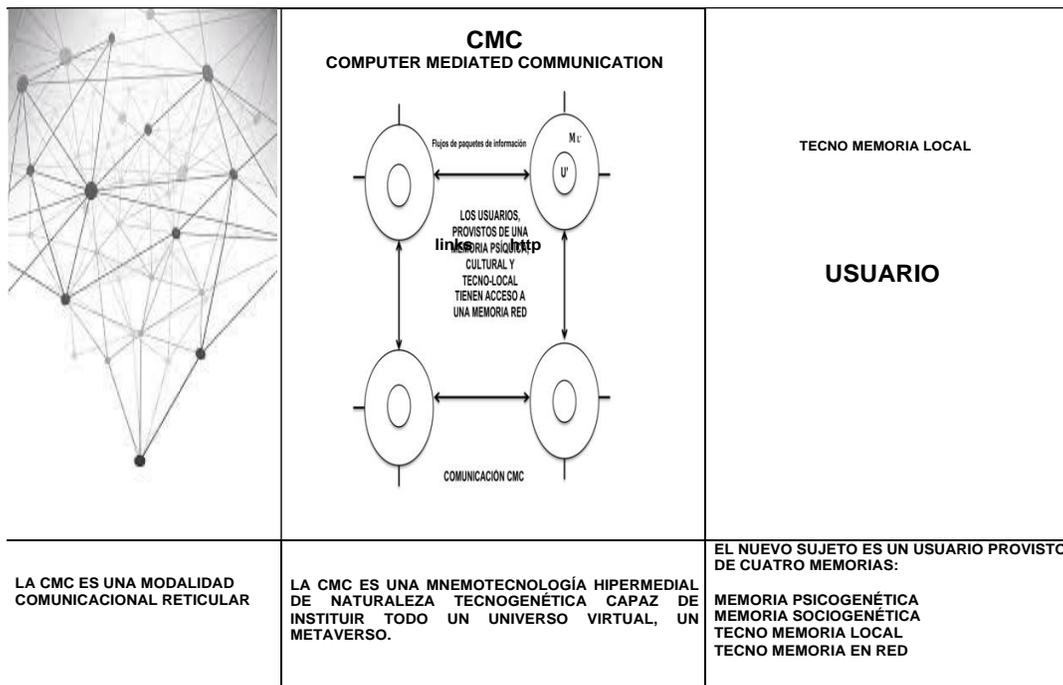
4. Para aproximarnos a la cibercultura, de acuerdo a nuestra línea de pensamiento, es indispensable partir desde lo propiamente semiótico, reconociendo, al menos, tres niveles de análisis, a saber: nivel epistemológico, un nivel antropológico y un nivel político.

Hasta el presente hemos asistido al desarrollo de dos grandes paradigmas de la comunicación, por una parte, están los modelos logocéntricos de carácter psicogenético, por otra parte, los modelos

sociogenéticos en que se reconoce la dimensión social y cultural de los sistemas mnemotécnicos. Hemos transitado de hablantes/oyentes hacia actores sociales.

En la actualidad, y desde hace ya varias décadas, irrumpe con fuerza la mediación tecnológica digital que ha sido capaz de inaugurar una nueva episteme de las comunicaciones, la *Computer Mediated Communication* (CMC), y con ella un nuevo régimen de significación la *Cibercultura*. (Véase Cuadro nº 4).

Concebir la CMC es pensar un modelo “tecnogenético”, esto es, un sistema “mnemotecnológico”. Con este término se quiere subrayar el carácter tecnológico y digital propio del llamado “capitalismo cognitivo” (Stiegler, 2014).



Cuadro nº 4

Nuestra época en relación a la tecnología ha sido caracterizada de modos diversos. Nos quedamos con un concepto que nos parece muy lúcido y del todo pertinente para caracterizar la contemporaneidad como una era antropológica.

La antrobología es un concepto propuesto por Éric Sadin y que, en lo fundamental, hace referencia al momento actual en que vivimos un estado de hibridación entre humanos y máquinas: “Se trataría de una hibridación ya no epistemológica sino también antropológica... La hibridación propia de nuestro siglo XXI se corresponde con la hibridación impalpable que mezcla cuerpos y códigos digitales” (Sadin, 2022: 151).

Este acoplamiento entre lo digital y un organismo humano, es el encuentro de dos inteligencias. En este punto conviene tener presente las cualidades que nos ofrece la tecnología numérica.

La tecnología digital posee ciertas características que le otorgan la capacidad de instalar un nuevo horizonte en la cultura humana y que podemos resumir con Sadin: “Una nueva condición humana aún más *secundada* o *duplicada* por robots inteligentes” (Sadin, 2022: 29).

Podemos sintetizar tales características de acuerdo a las cinco cualidades que propone Lev Manovich (2006), a saber: la representación numérica, la modularidad, la automatización, la variabilidad y la transcodificación.

Afirmar que estamos ante una tecnología basada en la representación numérica significa que estamos ante funciones matemáticas y algoritmos que hace de lo digital una realidad *programable*. No solo eso, sino que, además, se trata de una realidad que se nos ofrece como una *estructura fractal*. A esto se llama la modularidad, y los *pixels* de una imagen digital nos muestra exactamente este fenómeno. Ahora bien, si tomamos ambos principios, es decir la representación numérica y la modularidad, podemos advertir que:

«La codificación numérica de los medios (principio 1) y la estructura modular de sus objetos (principio 2) permiten automatizar muchas de las operaciones implicadas en su creación, manipulación y acceso. De ahí que pueda eliminarse la intencionalidad humana del proceso creativo, al menos en parte». (Manovich, 2006: 10).

Es interesante hacer notar que hay una estrecha relación entre la automatización de ciertos procesos capaces de generar “clusters” semánticos y operaciones complejas y la llamada AI (*Artificial Intelligence*). Como muy bien señala Manovich:

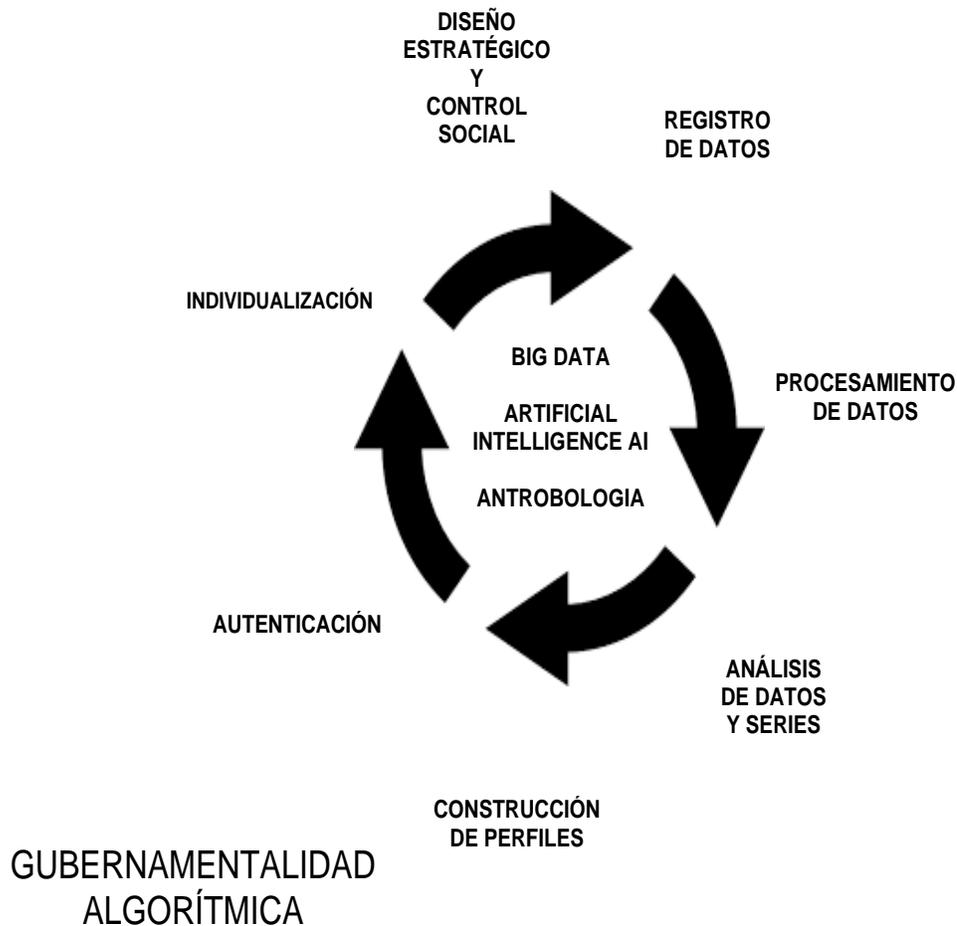
«Los investigadores están también trabajando en lo que se puede llamar la automatización “de alto nivel” de la creación mediática, que requiere que el ordenador entienda, hasta cierto punto, los significados que incluyen los objetos que se generan, es decir, su semántica. Se trata de una investigación que puede entenderse como parte del proyecto, de mayor alcance, de inteligencia artificial que, como es bien sabido, sólo ha cosechado un éxito limitado desde sus inicios en los años cincuenta». (Manovich, 2006: 11).

Es interesante hacer notar que cuando se describe una rudimentaria *Artificial Intelligence* (AI) como ANI (*Artificial Narrow Intelligence*) se remite, precisamente, a procesos de automatización de alto nivel, y que describe, precisamente, el estado de avance actual de la inteligencia artificial. No obstante, en los años venideros se espera alcanzar una AI equivalente a la inteligencia humana o *Artificial General Intelligence* (AGI). Por último, el horizonte de estas investigaciones es alcanzar la ASI (*Artificial Super Intelligence*) que algunos llaman la Singularidad, pues representa un punto de inflexión cuyas consecuencias no nos son, por ahora, previsibles (Costa, 2021).

En el estado actual del desarrollo de la AI, surge una inquietante pregunta: ¿De qué manera lo político se configura en este momento antropológico?

En la hora presente, lo político resulta impensable sin considerar el contexto tecnológico que caracteriza las sociedades contemporáneas. En este sentido, nuestra hipótesis de partida es que, en la actualidad, existe una configuración antropológica de lo político. Este momento histórico inédito posee una doble lectura. Por una parte, podemos preguntarnos de qué modo lo antropológico puede ser utilizado como estrategia de administración y gobierno. Aquello, precisamente, que Antoinette Rouvroy y Thomas Berns llamaron “gubernamentalidad algorítmica” (Costa, 2021: 35). Por otra parte, la nueva configuración merece ser examinada desde un punto de vista crítico, ya no como estrategia de gobierno, sino como instrumento de control y dominación.

La gubernamentalidad algorítmica ha sido entendida como un proceso que entraña, a lo menos, seis etapas. Seguimos en este punto la síntesis que propone Flavia Costa (2021), pero hemos agregado un séptimo aspecto que merece ser tenido en cuenta. (Véase Cuadro nº 5).



Cuadro nº5

El proceso de gubernamentalidad algorítmica comienza por la captura o registro de datos mediante la utilización de diversos dispositivos que utilizamos o con los cuales interactuamos. Estos datos – conocidos por su volumen como *Big Data* – deben ser procesados (edición) para su posterior análisis (correlación). En un cuarto momento, se puede construir perfiles a partir de las series de datos almacenados, esto hace posible el llamado *microtargeting* o focalización extrema

de los datos. Esto permite la autenticación y la individualización, esto es, conocer a un individuo dado, sea que haya declarado su identidad o no. En esta etapa se pueden utilizar procesos de automatización de alto nivel llamados ANI, *Artificial Narrow Intelligence*.

Finalmente, hemos introducido el propósito último de todo el proceso que, en su aspecto administrativo es diseñar políticas públicas y estrategias de gobierno, mientras que en su dimensión estrictamente política se orienta hacia lo que se ha dado en llamar el hípercontrol social.

Las nuevas formas de control social solo son posibles mediante la acumulación casi infinita de datos en un régimen de la información que algunos han llamado la infocracia. Es el dataísmo el que hace posible el hípercontrol social:

«Con su dataísmo, el régimen de la información revela rasgos totalitarios. Se esfuerza por lograr un conocimiento total. Pero el conocimiento total dataísta no se consigue con el *relato* ideológico, sino con la *operación* algorítmica. El dataísmo quiere *calcular* todo lo que es y será. El *big data* no cuenta nada. Los relatos dejan paso a los recuentos algorítmicos. El régimen de la información sustituye por completo lo narrativo por lo numérico. Los algoritmos, por muy inteligentes que sean, no pueden eliminar la experiencia de la contingencia con tanta eficacia como los relatos ideológicos». (Han, 2022: 12).

El hípercontrol social es propio de la híperindustrialización de la cultura toda. En sociedades híperindustriales ya no se trata de una modulación de los medios de comunicación de masas –lo que Deleuze llamada sociedades de control–, sino del *Big Data* construido con nuestros datos personales exhibidos hasta el infinito en las redes sociales.

En este tipo de sociedades adviene el “efecto red”, en que:

«las llamadas redes “sociales” digitales canalizan esas expresiones /automatismos pulsionales/ sometiéndolas a protocolos obligatorios a los cuales se pliegan los individuos psíquicos porque son atraídos y capturados por lo que llamamos *el efecto de red* que, con el *social networking*, deviene un efecto

automáticamente gregario, es decir, altamente mimético – y que constituye una nueva forma de *masa convencional* en el sentido que Freud le daba a esta expresión». (Stiegler, 2014: 154).

Es interesante consignar que el juicio de Stiegler frente a Internet es radical: “Internet es un *pharmakon* que deviene así una técnica de hipercontrol y de desintegración social” (Stiegler, 2014: 157).

En la etapa primera de la *AI Artificial Intelligence*, conocida como ANI, *Artificial Narrow Intelligence* y que consiste según Manovich en procesos de “automatización de alto nivel” (2006: 11), asistimos ya no a la modulación de los media, propia del siglo XX, más bien a una época en que impera “la liquidación maquínica del discernimiento” (Stiegler, 2014: 149).

En la hora actual, siguiendo a Stiegler (2014), ya hemos superado la proletarización del saber-hacer, esto es, las condiciones de subsistencia, propio de las sociedades disciplinarias. Del mismo modo, ya no estamos ante una modulación de los medios que proletariza el saber-vivir y con ello las condiciones de existencia propio de las sociedades de control; hoy se trata de una proletarización del saber teórico, hay un cortocircuito de la razón, inaugurando así sociedades de hipercontrol. (Véase Cuadro nº 6).

«En la fase hiperindustrial, del mismo modo en que se ejecuta un *hiper-control* por medio de un proceso de automatización generalizada que supera el control por modulación tal como la conocía y la concebía Deleuze, las facultades noéticas de teorización y de deliberación son cortocircuitadas por el *operador contemporáneo de la proletarización* que es la *retención terciaria digital* –tal como la retención terciaria analógica habría sido, en el siglo XX, el operador de la proletarización de los saberes-vivir, y tal como la retención terciaria mecánica habría sido, en el siglo XIX, el operador de la proletarización de los saberes-hacer». (Stiegler, 2014: 150).

INDUSTRIA MECÁNICA	INDUSTRIA CULTURAL ANALÓGICA	HIPER INDUSTRIA CULTURAL DIGITAL
PROLETARIZACIÓN DEL SABER-HACER	PROLETARIZACIÓN DEL SABER-VIVIR	PROLETARIZACIÓN DEL SABER -TEÓRICO
MASAS	MASAS ARTIFICIALES	ENJAMBRES DIGITALES
CONDICIONES DE SUBSISTENCIA (TRABAJO)	CONDICIONES DE EXISTENCIA (CONDICIONAMIENTO)	CONDICIONES XS CONSISTENCIA (PENSAMIENTO CRÍTICO)
SOCIEDADES DISCIPLINARIAS	SOCIEDADES DE CONTROL	SOCIEDADES DE HÍPER CONTROL

Cuadro nº6

A la hora de intentar caracterizar la configuración antropológica de lo político debemos ser extremadamente cautos. Si bien el horizonte es inquietante, no podemos olvidar que estamos sumidos en los comienzos de un proceso. En efecto, en la actualidad la inteligencia artificial es una forma de automatismo elevado, pero más allá de cierto mito tecnofílico, está muy lejos de las capacidades humanas (Larson, 2022).

La idea de un “efecto red” según la cual se constituiría una masa convencional, ha sido contestada por Han (2014), cuando propone el concepto de “enjambres digitales” como un fenómeno cualitativamente distinto de la masa convencional. De tal suerte que “lo político” circula por las redes en enjambres de suyo inestables, efímeros, cuyas opiniones se basan en “likes”, en pocas palabras, “lo político” se define como una seducción en flujo. Esto es, justamente, lo que se puede advertir en los procesos electorales del mundo demoliberal.

Por último, conviene tener presente que la era antropológica representa la mayor expansión de la inteligencia humana, no gracias a un cambio en nuestras capacidades neuronales sino en virtud de un desarrollo cultural y tecnológico sin precedentes. En este punto nos aproximamos a los planteamientos de algunos neurocientíficos como Caplan (2008), quien enfatiza el desarrollo

cultural por sobre una mutación evolutiva neural para explicar el estado actual de nuestro progreso.

Cuando hablamos de nuestro desarrollo cultural, queremos destacar una cuestión fundamental: el desarrollo de “lo político” sigue siendo, como nunca antes, una tarea humana. Si bien es cierto que nos enfrentamos a una inteligencia no humana cada vez más compleja y extendida, nos corresponde a nosotros establecer los límites y el alcance de tales prodigios tecnológicos, nos corresponde a nosotros asumir la responsabilidad de “lo político” en el ahora de nuestras sociedades y en el porvenir inédito que ya se avizora.

Bibliografía

- Austin, J. (1971). *Palabras y Acciones. Cómo hacer cosas con palabras*. Buenos Aires: Paidós Editorial.
- Bauman, Z. (2012). *Vida de consumo*. México: FCE.
- Caplan, D. & Gould, J. (2008). “Language and Communication in Squire”, en *Fundamental Neuroscience*. Canada: Elsevier.
- Costa, Flavia (2021). *Tecnoceno*. Buenos Aires: Taurus.
- Douglas, Mary (1996). *Natural Symbols. Explorations in Cosmology*. London & New York: Routledge.
- Eco, Umberto (1981). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Editorial Lumen.
- Geertz, Clifford (1990). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa editorial.
- Habermas, Jürgen (1989). *Teoría de la Acción Comunicativa*. Buenos Aires: Editorial Taurus.
- Han, B-Ch. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.
- Han, B-Ch. (2022). *Infocracia*. Madrid: Editorial Taurus.
- Heritage, John (1991). “Etnometodología”, en Giddens, A. & Turner, J., *La Teoría Social Hoy* (pp. 290-350). México: Alianza Editorial.
- Hine, Christine (2000). *Etnografía Virtual*. Barcelona: Editorial UOC. [Original: *Virtual Ethnography*. Thousand Oaks. Cal. USA: Sage Publications].
- Honneth, Axel (1991). “Teoría Crítica”, en Giddens, A. & Turner, J., *La Teoría Social Hoy* (pp. 445-488). México: Alianza Editorial.

- Jakobson, R. (1975). *Ensayos de lingüística general*. Barcelona: Seix Barral S.A.
- Kristeva, Julia (1985). *Semiótica (tomo I)*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Larson, E. (2022). *El mito de la inteligencia artificial*. Madrid: Shackleton Books.
- Lash, S. (2005). *Crítica de la Información*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Lévi Strauss, Claude (1971). “Introducción a la obra de Marcel Mauss”, en Mauss, M., *Sociología y antropología*. Madrid: Tecnos.
- Lotman, Juricj & Uspenskij, Boris (1979). *Semiótica de la cultura*. Madrid: Cátedra.
- Manovich, Lev. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Buenos Aires: Paidós.
- Sadin, Éric (2020). *La inteligencia artificial o el desafío del siglo*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.
- Sadin, Éric (2022). *La humanidad aumentada*. Buenos Aires: Caja Negra Editora. [Original 2013].
- Saussure, Ferdinand de (1991). *Curso de lingüística general*. Madrid: Akal Universitaria.
- Stiegler, B. (2014). “Ars e invenciones organológicas en las sociedades de hipercontrol”. *NOMBRES. Revista de Filosofía*, 28, 147-163.
- Turner, Victor (1980). *La selva de los símbolos*. México: Siglo XXI.