

CRUZ Y FICCIÓN: LA E-PISTEMOLOGÍA EN LA ALDEA VIRTUAL

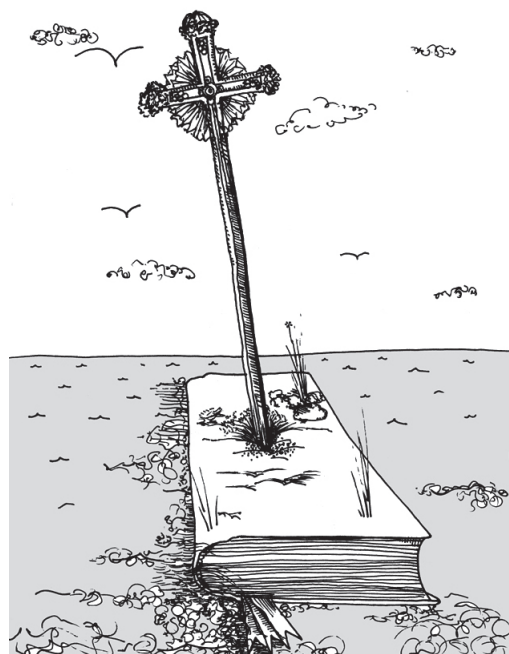
Artículos
arbitrados

CROSS AND FICTION: THE E-EPISTEMOLOGY
AND THE GLOBAL VILLAGE

CRUZ E FICÇÃO: A E-PISTEMOLOGIA NA
ALDEIA VIRTUAL

RAMSÉS ANTOLINES
nohayjazzqxbien@gmail.com
Universidad de Los Andes.
Facultad de Arte.
Mérida, edo. Mérida. Venezuela.

Fecha de recepción: 22 de febrero de 2012
Fecha de aceptación: 02 de marzo de 2012



Resumen

Tomando en cuenta el concepto de “aldea global” previsto por Marshall McLuhan hace más de 40 años, nos encontramos ahora con la necesidad del desarrollo de una nueva epistemología que se aparte, definitivamente, de las nociones establecidas por la ciencia occidental para el conocimiento de la realidad. La realidad misma se ha desdibujado ante nosotros en razón de los nuevos *e-conocimientos*, que se desplazan vertiginosamente por esa autopista de la información que predijo el teórico canadiense con pasmosa antelación. En esta aldea global, la epistemología de la ciencia *normal* nos resulta insuficiente para dar cuenta de la *velocidad de escape* a la que se desplaza el saber dentro de esta nueva atmósfera virtual. La *e-ciencia* parece haber desplazado la relación sujeto/objeto por la de software/hardware y en este apresurado escenario, como parece obvio, toda epistemología anterior deviene obsoleta.

Palabras clave: *e-ciencia*, realidad/virtualidad, era Google, *e-pistemología*, obsolescencia.

Abstract

Considering the “global village” concept created by Marshall McLuhan more than forty years ago, we find ourselves in the need of creating a new epistemology different from the Western point of view of studying reality. Reality has changed and opened new horizons based on *e-knowledge* spread over the World Wide Web, as the Canadian professor well predicted long before our days. Epistemology of science is not sufficient for explaining the rate at which knowledge increases within this new virtual atmosphere. *E-science* seems to have transformed the subject-object relationship into a new one: software-hardware. Then, under this vision, non-virtual epistemology becomes obsolete.

Keywords: *e-science*, reality-virtuality continuum, Google times, *e-epistemology*, obsolescence.

Resumo

Tomando em conta o conceito de “aldea global” previsto há mais de 40 anos por Marshall McLuhan, nos encontramos agora com a necessidade do desenvolvimento de uma nova epistemologia que se distancie, definitivamente, das noções estabelecidas pela ciência ocidental para o conhecimento da realidade. A realidade mesma tem-se esfumado perante nós em razão dos novos *e-conhecimentos*, que se deslocam vertiginosamente por essa estrada da informação que premeditou o teórico canadense com espantosa antecipação. Nesta aldea global, a epistemologia da ciência normal nos resulta insuficiente para dar conta da velocidade de escape que se desloca o saber dentro desta nova atmosfera virtual. A *e-ciência* parece ter deslocado a relação sujeito/objeto pelo software/hardware e neste apressado cenário, como parece óbvio, toda epistemologia anterior se converte obsoleta.

Keywords: *e-ciência*, realidade/virtualidade, era Google, *e-pistemologia*, obsolescência.



1. LA EPISTEMOLOGÍA EN LA ALDEA VIRTUAL

El ciber espacio y el cibernauta existen más allá del ordenador, su número se incrementa, por lo menos, en un millón al mes. Este híbrido ciencia, arte, ficción, velocidad, más la creencia pentecostalista, es un éxtasis apocalíptico que termina con la historia y en el que los creyentes se reúnen en los cielos”,

W. Gibson.



a tecnología, en los últimos tiempos, ha transformado no solo el mundo y la forma de percibirlo, sino la manera de concebirlo, de entenderlo y de pretender comprenderlo. Por cada nueva idea, por cada nuevo hito tecnológico, se desarrollan otros miles a una velocidad difícil de imaginar. Desde la implementación del telégrafo, en 1844, la velocidad de la comunicación ha superado con creces la velocidad de todo transporte.

Hoy podemos afirmar que los cables de electricidad se han transformado en el tejido profundo del mundo que habitamos: el cine, el teléfono, el gramófono, la radio y, finalmente, la omnipotente, omnisapiente y, por excelencia, diletante televisión, han hecho del mundo un cableado, una red tejida como las raíces del bosque de Bordeaux, en París, y para retomar la metáfora de Barthes, solo que el tejido esta vez no es orgánico: son cables los que controlan esta maquinaria en la que ha devenido el mundo de la vida. Con esta ruptura del poder totalitario de los medios impresos, del conocimiento estampado en libros y ponencias, se abrió paso una nueva era que exigió una total transformación de la cultura, de los valores y de las actitudes del ser humano frente a su entorno. La caja cuadrada del televisor nos informaba, nos “educaba” y nos indicaba qué cosas eran importantes. Una nueva etapa tribal parecía formarse, transformarse, deformarse ante este “mago de la cara de vidrio”, como llamó al televisor el novelista venezolano Eduardo Liendo.

Muchos de nosotros crecimos en torno a los actos con los que este mago nos seducía y le decía a nuestras familias con cuál jabón desinfectarse o cuál crema dental

era la indicada para no ir al odontólogo, sin considerar las opiniones de un odontólogo. Paradojas de la publicidad y de los mensajes que nos brindaba el *mago*. No pocos de nuestros amigos quisieron ser el hombre biónico –el actor Lee Major– o tal vez algún agente secreto para quien no existieran misiones imposibles. Muchas niñas comenzaron a entender la importancia de ser admiradas solo por su figura y tener muchos novios, engañando al *ingenio oficial* a la manera de *Candy-Candy*¹. También pretendieron ser un *ángel* en la tierra, guiadas por un personaje cuya voz “divina”, sin rostro, las hacía soñar con la imagen sexy y desenfadada de un tal Charlie.

Parece indudable que la deontología, entendida como la ciencia de lo “conveniente”, tal y como lo pensó Jeremy Bentham, y que establece una moral fundamentada en el placer y la negación del dolor, está obligada a prescindir de cualquier idea del deber o de cualquier boceto del *ethos* en una sociedad. Lo justo, lo moralmente bueno, lo moralmente malo, se determina de alguna manera a partir de los *enlatados* televisivos: noticieros, telenovelas, historietas, aventuras y series interminables que vimos en las pantallas en blanco y negro. Pantallas que, de manera acelerada y casi imperceptible, se tiñeron de color.

2. WWW.PROFECÍA.COM

En 1960 surge la idea, el nombre *Internet* vendría después, de un proyecto de redes mundiales de computadoras interconectadas y con una serie de protocolos para sus distintas interfaces. *Inter-net* (‘entre-redes’) es la cúpula invisible que envuelve lo que ya hoy podemos entender como la profecía de McLuhan: es el paso de una “aldea global” a una “aldea-virtual”, como lo planteaba desde la introducción de su libro *Comprensión de los medios* (1961a):

Hoy, tras más de un siglo de tecnología eléctrica, hemos extendido nuestro sistema nervioso central hasta abarcar todo el globo, aboliendo tiempo y espacio, al menos en cuanto a este planeta se refiere. Nos estamos acercando a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos se extenderán, colectiva y corporalmente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy aparecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación.

Queda claro que el autor nos habla de una globalidad a través de un medio distinto, altamente sofisticado, que complementará el desarrollo de las capacidades humanas; una sociedad del conocimiento, comunicada sobre la base de datos interconectados, un medio capaz de



resumir, contener y trascender la radio y la televisión. En fin, un medio de los medios: el Internet.

Estas profecías –más precisas que las de Nostradamus– se convirtieron en hechos concretos en muy pocas décadas. Desde su *The Dew Line Newsletter*, McLuhan (1961b) lo convierte en desarrollos reales. Ya nos habla del banco de datos de los ordenadores como disolución de la vida privada, como el final de la historia vía computadora, el definitivo fin de la división entre el negocio y la cultura.

Pareciera que en el 2010, en este presente digital en el que ya hablamos de *e-busines*, *e-ciencia*, amores por Internet, hackers, espionaje digital, ya vivimos en ese futuro del que McLuhan nos hablaba. Basta con abrir Hotmail para darnos cuenta de esta realidad. En <http://www.hacker-hotmail.com> se pueden comprar, *bajar*, programas que nos permiten, a través de la web-cam, observar todo lo que hace otra persona con solo prender la cámara. Se pueden tomar fotografías sin despertar ninguna sospecha. Programas como Bifrost, Poison, Icebergs, “revelador de contraseñas y cuentas personales”, prometen que:

Sencillo de utilizar, puedes bloquear el *messenger* o intervenir conversaciones de cualquier persona que utilice Hotmail, Facebook o Twitter, acceder a sus cuentas de Internet, incluso bancarias, con solo poner su mail y dar un *click* (<http://www.hacker-hotmail.com>).

Y sigue con una nota final como para crisparnos de temor:

El msn de la víctima no tiene que estar conectado. Puedes abrir más de uno a la vez y ponerlo en la barra de tareas (...) está pensado para todo tipo de situaciones, desde robarle la cuenta a este tipo que siempre te molesta y al que tanto odias, hasta intervenir sus comunicaciones y conversaciones con un solo doble clic, en cualquier momento, sin ser detectado (<http://www.hacker-hotmail.com>).

Bien sea como intuición cultural, como profecía o como una simbiosis de ambas, es innegable que el Internet se ha convertido en una metáfora de la virtualidad ficcionada de la novela *Virtual light*, de W. Gibson (2000), y se nos presenta como *otra* realidad con una atmósfera propia. La experiencia es instantánea, ubicua y simultánea. La era digital es la mayor evidencia de la premonitoria aldea global, convertida en híper-velocidad, híper-textualidad, híper-conectividad, híper-interactividad de una “aldea virtual”. Tele-venta, mercado libre, prensa digital, ocio, juegos *online*, sub-culturas conectadas y agrupadas en chats, foros, nuevas formas de publicidad y seducción, tele-educación, psicólogos, médicos, médiums *online*, todo un nuevo ecosistema económico y social, virtual-real, nos

ofrece un vigoroso progreso tecnológico que amplía, cada vez más allá de lo imaginable, sus límites y es evidente que continuará haciéndolo. Video-conferencias, *cyber-sex* o sexo virtual, ver la ciudad y direcciones satelitalmente, taxis y autos privados provistos con GPS, oír radio, ver televisión, hacer llamadas de larga distancia gratuitas, descargar música, películas y todo lo que podamos imaginar –y aún no nos atrevemos a hacer– es la promesa de esta nueva era.

3. LA ERA DE GOOGLE

Hasta ahora la aldea virtual había sido un conjunto de venas y arterias interconectadas que, al mismo tiempo, nos interconectaban con el mundo. El plan y el producto de Google se ha venido convirtiendo en la sangre que nutre a esta nueva aldea. El hito histórico del sueño inicial se consolida en cuestión de horas, el *contenido* ya es el *continente*. El mensaje ejerce su supremacía sobre el medio y nunca fue más cierto que “el medio es el mensaje”². El niño ya no estudia, *guglea* (tal vez un verbo nuevo: *yo gugleo, tú gugleas... vosotros gugleáis*). Nuestros niños, ante un blackberry, un ipod, un wii, difícilmente leerán las instrucciones (residuos de la era tipográfica), sino irán directo al aparato, se relacionarán con este de manera instintiva, natural e inmediata. Si llegaran a *trancarse*, un clic en Google será suficiente. La era digital da paso a una nueva híper-vanguardia: la era Google.

Google es una aproximación de la *web*, carente de las trampas de la vieja industria del software. No es una colección de herramientas técnicas, si no una base de datos especializada. Sin los datos las herramientas son inútiles. El valor del software es proporcional a la escala y el dinamismo de los datos que ayuda a manejar. Google es un servicio no un buscador (O’ Reilly, en Sempere, 2009).

El estudio anual de marcas más reconocidas en el 2008, elaborada por la consultora Interbrand and Bussiness Week, anuncia a Google como líder mundial, desplazando a Apple: “Google es el buscador por antonomasia que ha desplazado y oscurecido a todos los demás” (Sempere, 2009).

Google ha pasado a ser la marca más valiosa del mundo, con un valor intangible de 106.334 millones de dólares, por delante de LG, Microsoft, Coca-Cola, entre otros. Youtube fue adquirida por Google en el 2006 y le hace publicidad a LG y a Coca-Cola por ejemplo, demostrando el poder de una empresa, en apariencia virtual, que se mueve en el mundo real con mucha más propiedad que muchas otras corporaciones.



Desde la óptica de McLuhan, Youtube supondría una extensión de Internet y de la propia televisión, incorporando muchos de los elementos de la era digital.

Esta previsión de futuro ya ha sido captada por las cadenas de televisión, que han preferido aliarse al enemigo y abrir en Youtube enlaces para visionar sus canales. Hasta RCTV (Radio Caracas Televisión), cuya licencia canceló Hugo Chávez tras cincuenta años de actividad, encontró un espacio apátrida, libre y *alegal* en Youtube para seguir emitiendo (Sempere, 2009).

4. E-PISTEMOLOGÍA

La nueva *e-pistemología*, entendida como teoría del conocimiento, como filosofía de la ciencia y desde una perspectiva biológica, ha evolucionado más allá del modelo conceptual de Charles Darwin –epistemología revisada por Karl Popper– de la visión pospositivista proclamada por Thomas Khun, Lakatos y Paul Fayerband, entre otros. Todos ellos pretendían una visión holística y rechazaban la dicotomía ciencia-metafísica y la negación de la rigidez de la ciencia respecto de otras actividades humanas. Pareciera que Google, en esta nueva era, plantea una especie de *pansofía* (entendida como la enseñanza de todo a todos), donde no hay límites, y una nueva *e-moralidad*, que nos plantea: “el mundo es una aldea”, “nuestro negocio es la aldea”, “la cultura es nuestra aldea”, “la cultura es nuestro negocio”, “la imagen es cultura”, “la imagen es negocio cultural”. El nuevo conocimiento se *pincha*, se *dispara*, se *bay-pasea*, se *fusila*, se *vomita*, en esta nueva terminología violenta de los *cyber* lenguajes.

Recientemente, Google ha comenzado negociaciones con Tom Anderson y Chris Dewolf, quienes en 2003 comenzaron su negocio My Space, que, aunque parecido a Facebook, tiene cierta especialización en el mundo musical, sobre todo en el de la música amateur y popular. Esto hizo que en Estados Unidos su expansión y penetración fuese vertiginosa.

My Space no deja de tener puntos oscuros. En Estados Unidos ha recibido críticas por su excesiva accesibilidad, su interferencia con el mercado laboral, su deficiente seguridad contra hackers y spam, además de su limitada protección para los niños. Aunque su objetivo sea poner en contacto a personas en muchos sentidos, viene resultando una reafirmación de los espíritus solitarios. Crea grupos y pseudo-religiones: los *hikikomoris*, jóvenes japoneses que se niegan a salir de sus habitaciones y que, a través del *laptop*, generan mundos animados a través de los *mangas* (cómic) y donde proclaman nuevos órdenes *a-sociales*, enclaustrados agorafóbicos que han roto toda relación con sus pares reales.

De allí han surgido muchas de las ideas que, llenas de violencia, inundan esos foros donde no existen líderes sino *webmasters* y que manejan cierto orden y relevancia de los mensajes. Así surgen grupos o comunidades cibernautas con todo tipo de intereses, que van desde poesía, deportes, cine, literatura erótica, buscadores de parejas, matrimonios, pornografía dura, redes de pederastia y cualquier basura internauta que se ampara en una supuesta condición *democrática abierta*, negadas a la censura institucional o gubernamental. Su idea es regirse por sus propias reglas, o por una:

5. NUEVA RELIGIÓN, O LO QUE ALGUNOS HAN LLAMADO LA GENERACIÓN X

Son muchos los foros y páginas que se plantean el nacimiento de una nueva religión tecnológica y de cybermesías. Son los casos del cantante Marilyn Manson, el mago o ilusionista Chris Angel, la cantante Madonna o el músico cyber-punk Trent Reznor. Son ejemplos en los que, tanto ellos como sus fans, han intentado revestirlos de una supuesta santidad/satanidad vinculada a las nacientes neoteologías trascendentes. De tal modo que pretenden iniciar una relación onto-tecno-teológica que plantea una curiosa metafísica. En la obra de Reznor, la letra de la canción *Colgado, como Jesús en esta cruz*, junto a un video que muestra cómo un hombre es devorado por una máquina que funciona como un organismo parásito, al tiempo que un narrador dice: “El yo que conoces está ahora hecho de cables”, “Todo dolor desaparece, tal es la naturaleza de mis circuitos conectados por un cable al computador” (Dery, 2000).

El dominante se transforma en dominado, el mismo autor de esta obra dice: “encuentro en mi trabajo aspectos religiosos, no adopto poses mesiánicas, soy Dios, revivo el vía crucis, sería evidencia de la presencia del sadomasoquismo y el éxtasis místico en el Jesús de la Cruz, en San Sebastián o en Santa Teresa” (Dery, 2000).

El mismo Reznor habla de una religión fundada en uno mismo en conexión con el ordenador, donde “un cuarto-máquina” sea considerado el único mundo de los mundos, las fantasías del “poder cyber” de Reznor:

Yo soñaba con convertirme en un hombre biónico y aterrorizar a los demás niños de la escuela, Dios, hombre, máquina (Dery, 2000).

Según la lógica *cyborg* de la cibercultura, el límite entre lo biológico y lo tecnológico cambia incesantemente:

El cuarto es una máquina, pero al mismo tiempo es un organismo, al igual que aquí la naturaleza es parte de un proceso mecánico, además, en el momento en que el cuerpo orgánico de la víctima es penetrado por la



máquina, la exuberante vegetación invade el *Cuarto Máquina* (Dery, 2000).

Pareciera que, en parte, el hombre tiene la tendencia a convertirse a sí mismo en una pieza de la máquina –creador y creado– transformando constantemente su naturaleza por y debido a su propia creación: la máquina. El mismo Reznor sarcásticamente nos dice: “Creedme, sé por experiencia que se puede encontrar la felicidad en la esclavitud” (Dery, 2000).

Para finalizar nuestro asombro, citamos al novelista W. Gibson (2000):

Dios es una mujer de implantes, cabello teñido, uñas postizas, una muñeca de carne, una prostituta cuyo cuerpo informatizado funciona como una máquina sexual, mientras que su espíritu deriva hacia un estadio intermedio de sopor que es como el ciberespacio, pero en vacío. ©

Ramsés Antolines

Licenciado en Apreciación Artística y Artes Plásticas. Magíster en Educación, Mención Gerencia Educacional. Profesor Agregado de la Universidad de Los Andes.

NOTAS

1. Hacemos referencia, en este caso, a Candy-Candy, una historieta transmitida por nuestra televisión en la década de los ochenta.
2. Esta frase inspiró el título del libro *The medium is the message*, de Marshall McLuhan, con la colaboración de Quentin Fiore, publicado en 1967, que se sostiene de una premisa básica para confirmar sus teorías: los medios de comunicación no son sino una prolongación de los sentidos humanos. Esto lleva consigo la noción de que, con cada adelanto tecnológico que se produce, se puede hablar también de una nueva forma de percepción de la realidad. Este hecho, situado en una época de evolución tecnológica constante y desenfrenada, lleva consigo el choque en las ideologías entre padres e hijos, pues en ese pequeño salto generacional la forma de ver y entender el mundo ha cambiado completamente. Parecía, entonces, hacer referencia a las diferencias entre unos hijos criados bajo la tutela de la televisión y sus padres, en contacto con el mundo gracias a la imprenta. Desde luego que iba mucho más allá: cómo pudo imaginar McLuhan lo profético de sus teorías treinta años después, cuando incluso entre hermanos con algunos años de diferencia se ve el contraste entre el conocimiento y empleo de las nuevas tecnologías como Internet y la ignorancia de estas. Un serio problema que plantea esta dependencia de las siempre cambiantes tecnologías en la formación de las personas puede encontrarse en la contraria dicotomía habida entre nuestro conocimiento y aprendizaje natural, los medios de comunicación, y la enseñanza académica y tradicional, apegada a los cada vez más “incomprensibles” libros (haciendo con esto referencia al medio y no al contenido).

BIBLIOGRAFÍA

- Dery, Marck. (2000). *Velocidad de escape. La cibercultura en el final de siglo*. Barcelona (España): Siruela.
- Gibson, William. (2000). *Virtual Light*. Nueva York (Estados Unidos): McGraw Hill Editorial.
- McLuhan, Marshall. (1961a). *La comprensión de los medios*. Nueva York (Estados Unidos): McGraw Hill Editorial.
- McLuhan, Marshall. (1961b). *The Dew Line Newsletter*. Nueva York (Estados Unidos): McGraw Hill Editorial.
- McLuhan, Marshall; y Fiori, Quentin. (1967). *The medium is the message: An inventory of effects*. Nueva York (Estados Unidos): Bantam Books.
- Sempere, Pedro. (2009). *McLuhan en la era del Google*. Prólogo de Marshal MacLuhan. Madrid (España): Editorial Popular.
- Valverdú, Jordi. (2008). Apuntes epistemológicos a la e-ciencia. *Filosofía*, 64, págs.193-214. Recuperado el 12 de junio de 2011, de: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid.



CARTA DE CORREA A SANTOS, PRESIDENTE DE COLOMBIA

Juan Manuel Santos
Presidente Constitucional de la República de Colombia

Estimado Presidente y amigo:

Valoro y agradezco profundamente su gentil y reiterada invitación a la VI “Cumbre de las Américas”, a celebrarse en la hermosa Cartagena de Indias los días 14 y 15 de abril. Lamentablemente, pese a que en la V Cumbre de las Américas, celebrada en Trinidad y Tobago del 17 al 19 de abril de 2009, se rechazó la incomprensible exclusión de la República de Cuba de las cumbres americanas, una vez más, este país hermano no ha sido invitado.

Por definición, no puede denominarse “Cumbre de las Américas” a una reunión de la cual un país americano es intencional e injustificadamente relegado. Se ha hablado de “falta de consenso”, pero todos sabemos que se trata del veto de países hegemónicos, situación intolerable en nuestra América del Siglo XXI.

De igual manera, es inaceptable que en estas cumbres se soslayan temas tan fundamentales como el inhumano bloqueo a Cuba, así como la aberrante colonización de las Islas Malvinas, los cuales han merecido el rechazo casi unánime de las naciones del mundo.

Jamás buscaríamos ocasionar el más mínimo problema ni a su gobierno ni a nuestra querida Colombia. Se trata, como decía Bolívar, de sentir verdaderamente que la Patria es América, y en algún momento comenzar a denunciar y enfrentar con fuerza estas, repito, intolerables y hasta aberrantes situaciones. Por ello, después de haber reflexionado detenidamente, he decidido que, mientras sea Presidente de la República del Ecuador, no volveré a asistir a ninguna Cumbre de las “Américas”, hasta que se tomen las decisiones que la Patria Grande nos exige.

Nuestros pueblos bien pueden cansarse de que sus mandatarios estén en tantas cumbres, mientras todavía existen demasiados abismos por superar, como la pobreza e inequidad que todavía mantienen a América Latina como la región más desigual del mundo; la ineficaz estrategia de lucha contra el problema mundial de las drogas; la profunda transformación del Sistema Interamericano de Derechos Humanos, hoy celador de intereses ajenos a sus principios fundacionales; la vigencia de una verdadera libertad de expresión que no se encuentre reducida a los intereses de los negocios dedicados a la comunicación social; o, la completa supremacía del capital sobre los seres humanos, como lo demuestra la crisis hipotecaria en España, que afecta a centenares de miles de ciudadanos, entre ellos muchos migrantes latinoamericanos.

**Continúa
en la pág. 52**