



Álvaro Cuadra
HIPERINDUSTRIA CULTURAL
Universidad Arcis
Santiago, 2008
171 páginas.

Carlos Ossandón B.

En contraste con enfoques más o menos corrientes en comunicación social, el objetivo más importante que persigue el presente libro no tiene que ver, al menos no principalmente, con la descripción general de los nuevos espacios comunicacionales del capitalismo más avanzado. No empeñado en mostrar, una vez más, los límites de aquel modelo ilustrado o liberal de espacio público privilegiado por Jürgen Habermas en su conocida *Historia y crítica de la opinión pública*, o en insistir en la preponderancia que tiene hoy el mundo de las imágenes o de los simulacros, el autor busca moverse en un plano más determinante, más básico o elemental. En la línea de Bernard Stiegler, la pretensión es estrechar los vínculos o las correlaciones entre lo material y lo perceptual (cfr. Régis Debray: “De la technique comme horizon révolutionnaire”, *Le Monde*, 31 mayo 1996), entre la mediación técnica, los lenguajes digitales y la “experiencia”. Es esta madeja entre las nuevas tecnologías, las prácticas que les son concomitantes y sus posibles perceptuales y cognitivos la que nuestro autor pretende desenredar. Álvaro Cuadra piensa que las mutaciones que se vienen dando en el ámbito de la “experiencia” no son disociables de unas mediaciones que como tales no pueden ser concebidas como meros suplementos, sino antes bien como las condiciones donde se reconfiguran las memorias, los imaginarios, las representaciones espacio-temporales, las identidades incluso.

No tributario de las llamadas “superestructuras” culturales, como tampoco de esos “espíritus de época” de filiación romántica, el análisis se detendrá más bien en un mundo de signos y de prácticas cada vez más importantes en la definición de una cultura de alcance planetario. Se trata de unas redes y flujos que operan sin pausas, ni fisuras ni fines, como un universo en desordenada expansión y que, en una de sus facetas, ha sido equiparado a ese cerebro atribulado del Funes de Borges. Unas telarañas que no se emplazan verticalmente en la medida que son sostenidas, reproducidas y modificadas por unos usuarios que poco parecido tienen con los ya antiguos receptores.

En la correlación que se establece entre las tecnologías comunicacionales, el plano semio-pragmático o de “usos”, y la “experiencia” perceptiva, cognitiva o temporal, nuestro autor parece llegar a un cierto tope o límite *materialista* de cuño benjaminiano. Sin embargo, no se trata tan sólo de una deuda epistemológica, en la medida que su libro tiene el propósito de ampliar y sobre todo de resignificar la noción de “reproducibilidad técnica”, tan cara a Benjamin, sujeta ahora a inéditas o más gigantescas magnitudes y operaciones. Es el paso de la “reproducibilidad técnica” a la “hiperreproducibilidad digital”. Al punto que se podría decir que el texto que comentamos es básicamente algo así como la cala fenomenológica de estas dos nociones claves.

Bajo estas coordenadas, el autor proyecta una lúcida crítica a unas concepciones que descuidan aquellos factores constitutivos de los nuevos lenguajes y operaciones o que, descansando en un manejo básicamente “instrumental” de los llamados “medios”, reaparecen o se incrustan una y otra vez como “sentido común” en muchos debates públicos. En contraste, entonces, con estas naturalizaciones, Álvaro Cuadra nos invita a explorar las dimensiones desconocidas del nuevo universo de signos, de esa inconmensurable e inquietante Biblioteca de Babel que nos describe borgeanamente inspirado.