

# La distancia que nos une. Distancia y soledad en el mundo digital hiperconectado

[Artículos]

Antonio Gutiérrez-Pozo\*

Citar como:

Gutiérrez-Pozo, A. (2022). La distancia que nos une. Distancia y soledad en el mundo digital hiperconectado. *Cuadernos de Filosofía Latinoamericana*, 43(126). <https://doi.org/10.15332/25005375.xxxx>



## Resumen

La videosfera en que consiste el mundo es realmente una videocracia, un sistema de control y dominio que mediante la información digital obtenida sobre nosotros acaba con nuestra libertad. La causa de este fenómeno es nuestro afán por la seguridad. La democracia de la libertad ha sido superada por la democracia de la seguridad, por la ciberdemocracia. Hoy todo es a distancia. También la comunidad humana. La distancia es paradójicamente lo único que hoy nos une. La comunidad actual sólo puede estar constituida por soledades conectadas.

**Palabras clave:** videosfera, videocracia, ciberdemocracia, distancia, soledad.

---

\* Doctor en Filosofía por la Universidad de Sevilla. Catedrático de Estética y Teoría de las Artes. Facultad Filosofía Universidad de Sevilla. Líneas de investigación: filosofía del arte, hermenéutica de la sociedad, fenomenología, filosofía de la poesía. Correo electrónico: [agpozo@us.es](mailto:agpozo@us.es); ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4143-1854>

## 1. Introducción: el mundo como imagen

Todo está lleno de pantallas e imágenes. Estamos en el tiempo de “la pantalla global (*écran global*) ... pantalla en todo lugar y todo momento” (Lipovetsky-Serroy 2007, p. 10). Nos hemos acostumbrado a que todas nuestras actividades sean mediadas por imágenes. Las cosas reales cada vez atraen menos nuestra atención, que se inclina más por su representación en las pantallas. Baudrillard (1990, p. 31) sugiere que “nada tiene hoy sentido sin este vídeo perpetuo”. Tanto amamos las imágenes que, según Debray (1992, p. 487), “se acerca el día en que la puesta en imágenes (*mise en images*) del mundo haga del mundo una imagen”. Ese día ha llegado. Todo se virtualiza. Compramos, trabajamos, socializamos y amamos virtualmente. Todo es imagen, nos hemos vuelto de espaldas a la realidad. Se ha roto la supuestamente intocable separación entre lo virtual (representación) y la realidad (cosa), disolviéndose lo real en las pantallas. Nada se nos da pura, inmediata y directamente sino sólo mediante imágenes y pantallas. Las imágenes ya no son imágenes ‘de’ la realidad, que está fuera y al margen; ahora, ellas mismas son la realidad: “La imagen es lo real (*real*)” (Taylor 1998, p. 182). Insólitamente, en el mundo actual de la imagen “la representación existe en ausencia de la cosa real” (Turkle 1995, p. 47). Los significantes ya no se refieren a nada; ellos mismos son su única referencia. No hay nada fuera de ellos, “lo real ha desaparecido”, advierte Baudrillard (2007, p. 22). Esta imagen sin referente, libre de toda realidad a la que someterse representativamente, se ha llamado ‘simulacro’, y es según Deleuze (1968, p. 92) “el verdadero carácter o forma de lo que es”. Este es el signo del tiempo de la universal mediación massmediático/digital de lo real: el mundo queda reducido a lo que aparece en las pantallas y experimentamos nuestra vida en la pantalla como nuestra vida. La realidad configurada ahora como imagen digital supone una nueva ontología: no hay otro ser que la imagen digital

massmediática. Finkelkraut (2005) ha escrito que “Internet es una tesis (*thèse*) sobre el ser”.

## **2. Felicidad de la transparencia y ciberdemocracia de la seguridad**

La naturaleza profunda y fluida de la vida real, la “sensación oscura (*αἴσθησις ἀμυδρά*)” que la define (Marco Aurelio 180, II-17, p. 256), hace de ella una realidad indócil e indomesticable. Pero virtualizándola la controlamos y gobernamos. Reducida a lo que se nos da de ella en la imagen, en pura transparencia y sin residuos oscuros, la realidad es presa fácil de nuestro dominio. La causa última de esta disolución contemporánea del mundo en fenómeno digital es una voluntad de poder afanada en convertir lo real en objeto manipulable a nuestra disposición. La videosfera en que se ha transformado el mundo resulta ser una videocracia, un “sistema de control” según Baudrillard (1990, p. 35). Ya que no se puede dominar por la fuerza represiva, no cabe otra forma de poder en los sistemas democráticos que el control de la voz del pueblo que es supuestamente quien manda. Se trata de someter lo que se piensa mediante la propaganda massmediática y digital, fabricando la opinión pública, el consenso social (Cf. Chomsky 1992, pp. 5ss). Los *mass media* y las redes digitales controlan la existencia humana (ideas, creencias, emociones y sueños). Nos dicen cómo hemos de hablar, qué debemos pensar, hacer, sentir y esperar. Nos configuran totalmente. Mandan los dueños de las empresas tecnológicas digitales, no los gobiernos. Pero antes que los diversos contenidos que propaga para manipular el pensamiento colectivo, la gran ideología del mundo como imagen es la propia transformación del mundo en imagen. Sontag (1977, p. 140) afirmó que “la producción de imágenes proporciona la ideología dominante (*ruling ideology*)”. La cuestión central no radica en que las imágenes transmitan tal

o cual ideología, sino en que las imágenes se ponen en lugar del mundo, ocultan y no desvelan. Esta inmoral función encubridora de lo real por lo virtual, denunciada ya por Platón, ha llegado a su consumación con la muerte de lo real y su sustitución por la imagen digital.

Con el desarrollo y especialización de los dispositivos digitales, el dominio de lo que se piensa está llegando a un nivel superior, al que Zuboff (2019, frontispiece) denomina “capitalismo de la vigilancia (*Surveillance Capitalism*)”. Nuestra existencia progresivamente se va reduciendo a nuestra vida digital. Casi todo —si no todo— lo que hacemos lo realizamos a través de medios informáticos. Esta vida ciberespacial deja huellas voluntarias e involuntarias que mediante una vigilancia absoluta, usando todo tipo de dispositivos digitales -muchos ocultos e indetectables-, permite pronosticar, controlar y alterar lo que pensamos, queremos y hacemos. Las *Big Tech* nos seducen con juegos, diversiones o prestaciones de servicios que realmente camuflan una incesante adquisición de datos. Sin que lo sepamos, con el exceso de datos que obtiene, la red consigue una información privilegiada sobre nosotros. Mediante las huellas digitales que dejamos, Internet llega a saber todo de nosotros (Zuboff 2019, p. 11). Cuantos más rastros dejemos en la red, menos privacidad tendremos y más transparentes seremos para el sistema. Este capitalismo vigilante está produciendo una transformación radical en el modelo económico. Cada vez importa menos la *economía básica* (agricultura, industria, arquitectura, etc.) y más una nueva *economía de la vigilancia* (*surveillance economy*) basada en la obtención de datos y su análisis (Zuboff 2019, p. 94). De este material que se extrae de la vigilancia de cada operación ciberespacial, de cada movimiento digital, se derivan patrones de comportamiento que garantizan la predicción y posible alteración de nuestras futuras actividades, desde nuestras preferencias sexuales hasta nuestras tendencias políticas. Nuestra propia existencia en el ciberespacio

es el instrumento de que se vale el poder para controlarnos y dominarnos. La información que este capitalismo vigilante arranca de las experiencias humanas posibilita sus prácticas de dominio. Esta vigilancia universal permite un dominio casi impensable porque los algoritmos predicen pormenorizadamente todos nuestros movimientos. Pueden saber cosas acerca de nosotros que ni nosotros conocemos debido a que en múltiples ocasiones actuamos según causas desconocidas para nosotros y seguimos pautas conductuales inconscientes, de modo que ‘hacemos’ muchas cosas de las que no nos damos cuenta, pero que no pasan desapercibidas a los algoritmos, que lo registran todo. En suma, este sistema digital de vigilancia de la red pretende, como ya hiciera la hermenéutica romántica<sup>1</sup>, “saber más de nosotros que nosotros mismos” (Zuboff 2019, pp. 186, 285). Este saber tan detallado y profundo de todos nuestros resortes más íntimos y nuestras fragilidades, nos convierte en seres muy manipulables económica, social y políticamente. La extensión a nivel planetario de la red podrá venderse como un avance de la democracia, como un logro para la comunicabilidad universal de la humanidad, pero en el fondo obedece a una voluntad total de dominio que se vale del sistema universal de vigilancia. Estas democracias cibernéticas están a un paso de convertirse en dictaduras digitales. Finkelkraut (2001, p. 34) confirma que el poder y el control ya no se ejercen en la escuela, en la fábrica o en el cuartel, sino desde la red digital, de manera que esta “informatización (*informatisation*) del mundo” desemboca en totalitarismo digital.

---

<sup>1</sup> Desde que Kant afirmara en *Kritik der reinen Vernunft* (B 370) que “no es extraño que, comparando los pensamientos expuestos por un autor sobre su tema, lleguemos a comprenderle mejor de lo que él se ha comprendido a sí mismo”, la hermenéutica romántica se impuso como “lema (*Devise*) que hay que entender a un autor (*Autor*) mejor de lo que él se ha entendido a sí mismo” (Gadamer 1960, p. 301).

Este dominio conductista que nos conoce tan bien porque actúa en una región profunda que supera nuestra conciencia y libre voluntad pone en entredicho nuestra humanidad, pues parece presuponer que realmente somos máquinas sin libertad. Lo que es indudable es que las *Big Tech* deshumanizan al ser humano reduciéndolo a datos digitales. Cuando se puede saber *a priori* qué vamos a hacer o comprar, adónde vamos a ir, qué comeremos, etc., el poder tiene garantizado el dominio sobre el ser humano porque ha acabado con la libertad. Apoyándose en la inmensa información que ha atesorado sobre nosotros, este sistema de dominio digital tiende a determinar cómo será forzosamente el mundo. De hecho, sostiene Zuboff (2019, p. 223), “Silicon Valley es el *axis mundi* del inevitabilismo (*inevitabilism*)”. Lo que se ha quebrado es la ecuación ilustrada que definía al ser humano: el binomio libertad y reflexión. Sólo se puede ser libre cuando la voluntad fundada sobre la reflexión es motor de nuestros actos. Pero este carácter reflexivo es el que ahora ha quedado desactivado: “El mundo digital (*digital realm*) está conquistando y redefiniendo todo lo familiar incluso antes de que tengamos la posibilidad de reflexionar (*ponder*) y decidir” (Zuboff 2019, p. 4). La transparencia que somos para el sistema actúa en detrimento de la libertad. No puede haber libertad sin un fondo de oscuridad en nuestra voluntad. La jerga encubridora del mundo massmediático y digital nos habla de privacidad, y proclama al individuo libre y dueño de sí mismo. Así, destaca Finkielkraut (2001, pp. 24-28), la falsa sensación de poder que produjo el paso del cine (espectador dominado) a la televisión (espectador dominador), aumenta - aparentemente- con las tecnologías digitales, pues el dueño del móvil se cree un dios controlador que tiene todo a la mano de un clic. Pero la verdad es justo lo contrario. Cada vez somos más transparentes y dominables para este capitalismo digital y vigilante. Lo preocupante es que al sujeto digitalizado contemporáneo le agrada más y más que la red le

diga qué le gusta y le anticipe lo que él mismo quiere hacer. Lejos de molestarle que la red de Internet lo sepa todo de él, le satisface. Se ha convertido en una subjetividad transparente para el sistema y feliz de serlo. Piensa que, dado que no tiene nada que esconder, le parece bien que el poder digital le vaya ofreciendo lo que él mismo hubiera elegido, sin tener ya que esforzarse en decidir. El mundo de la vigilancia cibernética universal estrena un nuevo modo de entender la *felicidad*, la felicidad de la transparencia digital. Hoy el ser humano es feliz por ser transparente.

La libertad entonces se limita a ser una ilusión sostenida sobre el desconocimiento que tenemos tanto de la información que la red tiene de nosotros, que excede nuestra propia autoconciencia, como del control de nuestra existencia que esa información le proporciona al capitalismo vigilante. Zuboff (2019, p. 367) confirma que hoy “la libertad es ignorancia (*freedom is ignorance*)”. Parece que la nueva *Revolución Francesa* por la libertad, la *Prise de la Bastille* actual, se resolverá en una rebelión contra las *Big Tech*, una insumisión que sólo podrá consistir en desconectarnos. Sólo podemos aspirar a ser libres si nos desconectamos de la red. Pero no podemos lograr la desconexión total porque -como veremos- estar conectado es nuestro nuevo modo de ser. Este dominio mediático consigue que los mismos individuos se autorrepriman y renuncien a su libertad porque no es la libertad lo que más desean sino la seguridad. Esta desaforada voluntad de control y dominio se debe a la actual obsesión por la seguridad que, como nuevo valor principal, gobierna cada vez más nuestra existencia. Finamente apunta Lipovetsky (2007, p. 295) que “el tiempo de las democracias de la liberación (*démocraties libérationnistes*) ha quedado atrás” y “vemos afirmarse cada día un poco más las democracias de la seguridad (*démocraties sécuritaires*)”. En una época así, las vigilantes pantallas tienen que estar por todas partes, velando por nuestra seguridad. La democracia de la seguridad culmina en la

ciberdemocracia. Esta voluntad de seguridad y eficacia mueve a nuestras tecnologías con la pretensión de salvarnos de nuestro destino finito. Pero invirtiendo los versos de Hölderlin (1803-04, p. 165) *Wo aber Gefahr ist, wächst / das Rettende auch*, Baudrillard (2000, p. 81) sostiene que “cuanto más crece el poder salvador (*saving power*), mayor es el peligro (*danger*)”. Cuanta más tecnología nos proteja y asegure nuestra existencia, más en peligro estamos porque no somos humanos si nos falta inseguridad, oscuridad, contingencia, riesgo. El exceso de salvación, de seguridad y protección *deshumaniza*, mata al animal aventurero que es el ser humano.

### **3. Animal de distancia**

#### **3.a. Contra la distancia**

La virtualización del mundo establece el concepto de distancia como una categoría fundamental de nuestro tiempo. La posición que ocupa el concepto de distancia en el mundo como imagen es ambigua y compleja. La entronización de la virtualidad como elemento configurador del mundo y de la vida humana supone la eliminación de la distancia, devenida ya apariencia, pero también, al tiempo, la conversión de la distancia en condición universal de toda actividad. El vínculo del ser humano con la distancia es esencial. De hecho nació cuando, al encerrarse en sí y abandonar el mundo exterior, estableció distancia respecto de la realidad material y se aisló de ella para vivir en su mundo interior de ideas. Esto significa que “salir de la cárcel de su adaptación al cuerpo (*Korperanpassung*)” es la solución al “enigma humano” según Sloterdijk (2004, p. 367), pues permite comprender al ser humano como “animal de distancia (*Distanztier*) que se insula (*insuliert*) a sí mismo”, liberándose de su atadura a la materia. En consecuencia, “el hecho humano surge de un

fenómeno de aislamiento (*Isolationssphänomen*)” (Sloterdijk 2004, p. 357). Así define, en primer lugar, la distancia al ser humano.

El ser humano digital, que habita un mundo aparte, la isla de la virtualidad, distanciado de la materia, del confinamiento terrestre, representa la culminación del animal humano como animal de la distancia y el aislamiento. Vivimos en un “universo fantasmal (*spectral*), un universo descorporeizado (*décorporeisé*) y desensualizado (*désensualisé*)” (Lipovetsky 2007, p. 289). Ahora bien, Lipovetsky (2007, p. 291) enseña que esto no implica el “adiós al cuerpo (*adieu au corps*)”, pues es evidente que constantemente buscamos un mayor bienestar sensorial mediante formas diversas: jacuzzis, yoga, masajes, restaurantes exquisitos, comida estetizada, gusto refinado en los vinos, etc. Esta variada delicadeza de los placeres dispensados al cuerpo enseña que en nuestro tiempo manda el sensualismo hedonista y que “la desensualización (*désensualisation*) o desencarnación (*désincarnation*) del mundo es un mito” (Lipovetsky 2007, p. 292). Esta cultura enfatiza la “sensación, la inmediatez y la simultaneidad” en detrimento de la “contemplación” que ahora desaparece (Bell 1976, p. 111). Nuestra integradora y paradójica época combina vida descorporeizada y bienestar corporal, “desmaterialización (*dématérialisation*) y sensualismo, pantalla y tactilidad (*tactilité*)” (Lipovetsky 2007, p. 292). De acuerdo con esta estructura compensatoria, por ser cada vez más virtual, digital e inmaterial, nuestro mundo necesita el contrapeso de la materialidad sensual con los goces del cuerpo. Virtualidad y bienestar sensual van juntos. Lipovetsky (2007, p. 293) concluye que “el *homo pantalicus* (*homo ecranis*) no es el sepulturero (*fossoyeur*) del *homo aestheticus*”.

Heidegger comprendió que la aceleración actual del mundo tiene como consecuencia el acortamiento de las distancias, lo que hace que el mundo se nos presente cada vez más pequeño: “Todas las distancias

(*Entfernungen*) en el tiempo y en el espacio se encogen. Adonde antes el ser humano pasaba semanas y meses de viaje se llega ahora en avión en una noche. Aquello de que antes el ser humano se enteraba después de años o nunca, ahora lo sabe por la radio cada hora” (Heidegger 1950, p. 167). Hoy todo ocurre “como si no hubiera distancia (*Abstand*)” (Heidegger 1950, p. 168). Esta liquidación del espacio físico es lo que Bell (1976, pp. 86, 99-119) denomina “eclipse de la distancia”. Pero este fenómeno tiene como efecto el desencantamiento del mundo, pues “ningún acortamiento (*Verkürzen*) o supresión (*Beseitigen*) de las distancias trae consigo cercanía (*Nähe*)” (Heidegger 1950, p. 179). La eliminación de la distancia nos pone todo delante en presencia inmediata, como un objeto indistante a nuestra disposición, pero esta objetivización del mundo no nos da la cercanía porque nos roba las experiencias sencillas y originarias de las cosas. Mata a las cosas y desencanta el mundo, convirtiéndolo en objeto disponible, en producto. El encanto de la cercanía de las cosas no depende de la distancia espacial o física en cuya abolición ponemos todo nuestro empeño.

El sistema de poder basado en la virtualidad acaba con la distancia, que ha definido al ser humano hasta ahora como ser finito que es. No somos dioses, todo -especialmente el bien, la belleza, la verdad y la justicia- está separado de nosotros, a distancia infinita e insalvable. Ortega y Gasset (1937, p. 708) sostuvo que “los quehaceres humanos son irrealizables. El destino -el privilegio y el honor- del hombre es no lograr nunca lo que se propone y ser pura pretensión, viviente utopía. Parte siempre hacia el fracaso”. Pero el fracaso, señal distintiva del ser humano, de su finitud, no es otra cosa que la distancia que existe entre nuestras aspiraciones y nuestros logros. No lograr nunca totalmente aquello que pretende define al ser humano. Siempre se queda a distancia de su ideal, siempre fracasa. En segundo lugar, así queda definido también el ser humano por su lucha

contra la distancia, lucha que está librando el mundo virtual y que equivale -como todo lo que hacemos- a una guerra sutil e inútil por superar nuestra propia e insuperable finitud. La lucha por abolir la distancia presenta otra perspectiva cultural en el mundo contemporáneo desde finales del s. XX consistente en la supresión de los límites entre los sexos, las razas, las generaciones, o entre los objetos cotidianos (vida) y esas declaraciones no declarativas de sentido que son las obras de arte (cultura) (Danto 2009, pp. 7ss).

### **3.b. Tan cerca, tan lejos**

Precisamente porque en el mundo virtual la distancia (física) que afecta al cuerpo ha sido anulada y nos hemos librado de la esclavitud de la distancia, podemos hacer casi todo a distancia. Hemos suprimido la distancia material, la que puede vencer el cuerpo, pero el ‘actuar a distancia’ introduce una nueva distancia, la virtual, que por ello es “insuperable para el cuerpo” (Baudrillard 1990, p. 32). Este mundo digital parece acercarnos las cosas, pero eso que nos acerca está a una distancia infranqueable porque verdaderamente no es ello mismo sino su imagen. Nos acerca las cosas al precio de desrealizarlas, convirtiéndolas en fantasmas. Se trata de un falso acercamiento porque la distancia -virtual- que introduce es insalvable. Convertir todo en imagen significa que todo queda a distancia, porque ya no se trata con lo real sino con las imágenes en las que se ha disuelto. Enfrentarse a imágenes, no a realidades, quiere decir negar la distancia (material) y establecer otra distancia (virtual). Todo entonces parece estar cerca, pero está lejos: lo que parece estar cerca no lo está realmente pues es imagen. Ni está cerca, ni está lejos, en el fondo no está. La imagen virtual según Baudrillard “no es ni verdadera ni falsa” (Baudrillard 1990, p. 32). Esto es lo que pasa cuando nos reducimos a imágenes, que están a una distancia virtual. Más aún: esa distancia a la

que están las imágenes es la propia virtualidad, una distancia inalcanzable, por mucho que nos haga creer que todo está cerca y fácil. Tan cerca y tan lejos ...

Hoy, gracias a los diversos dispositivos tecnológicos, casi todo se hace ya a distancia, podemos “escuchar a distancia, ver a distancia, tocar a distancia”, e incluso, añade Virilio (1996, p. 63. Cf. Duque 2000, p. 62) “ise puede oler a distancia!”. Ya no hay que ir a ningún sitio físico, ni hacer nada presencialmente, porque todo se puede hacer desde nuestra casa/castillo: viajar, comprar, pagar y hasta recibir atención médica. Incluso matar. Matamos a distancia con drones y ordenadores. La tendencia del mundo digital no es otra que retirarnos y encerrarnos en casa, y evitar la relación real con el mundo y los otros. El *cocooning* nos protege del peligro que representa el mundo exterior. En casa se está más seguro. Nuestra casa es ahora toda nuestra vida. Todo (trabajo, médico, ocio, cultura, etc.) está en ella y desde ella -a distancia- podemos hacer todo: teletrabajo, telecompra, telesalud, telediversión. Echeverría (1994, p. 53) anticipó que “Telépolis funciona tanto mejor cuanto más estén los telepolitas en sus casas”. Estamos en la época de la *televida*, del vivir a distancia. La voluntad de distancia que define nuestro mundo castiga el contacto real. Pueden cobrarnos comisión si sacamos presencialmente dinero en la caja del banco en vez de pagar virtualmente. Además, la distancia de la virtualidad se ha convertido en signo de prestigio social. Cuanto más dinero y nivel social, más distancia. Los pobres disfrutan menos del paraíso de la distancia y tienen que soportar más molestias de la realidad. Se ven obligados a seguir haciendo cosas de forma primitiva, presencialmente. En el *pay per view* por ejemplo, pagar es lo que permite ver más. El campo de visión depende del poder adquisitivo. Contra lo que pueda parecer, el mundo digital no es totalmente una “sociedad abierta (*société ouverte*)” (Debray 1992, p. 501).

### 3.c. Pobreza de experiencia y el mundo como espectáculo

Este ‘hacer a distancia’ tiene una lectura antropológica más profunda. Si las imágenes que nos ponen todo a distancia dominan nuestro mundo es porque en el fondo amamos la distancia, la necesitamos, porque a través de ella podemos satisfacer de forma *civilizada* nuestra sustancial e indómita voluntad de lo otro. El ser humano está constituido por una irrefrenable tendencia a huir de la cotidianidad, a evadirse siquiera provisionalmente de lo de todos los días, y en consecuencia por una búsqueda de lo exótico, de lo otro que él. El mundo actual contenta esta propensión mediante la experiencia turística de lo real, “la experiencia contemporánea por excelencia” (Michaud 2004, p. 188). De hecho, confirma Michaud (2004, p. 190), “el turista busca lo otro (*recherche l'autre*), lo que no es él”. Pero en este salir de sí lo que realmente encuentra es una apariencia de otredad, una ficción de extrañeza que sin embargo al turista, modelo antropológico hoy dominante, le complace. Con la imagen de lo otro ve colmada su dosis necesaria de otredad. Ello se debe, en palabras de Michaud (2004, p. 189), a que “este régimen turístico de vida está totalmente bajo el signo de la actitud estética, con la toma de distancia (*prise de distance*) que la caracteriza”. Así, valiéndose del lenitivo de la distancia, el turismo domestica aquel salvaje ímpetu de ajenidad y lo satisface. Esto explica el desmesurado triunfo actual del turismo que, fundado sobre la distancia como categoría central del presente, es una pieza clave de nuestra comprensión de la realidad.

Pero sin auténtica extrañeza no puede haber experiencia. Sólo hay experiencia de verdad cuando atravesamos lo otro, cuando lo otro nos asalta. Ver a la otra persona en una imagen, en una pantalla, ¿es realmente verla? Una vez virtualizada, la realidad de lo real desaparece, queda desprovista de su extrañeza. El mundo como imagen valora ante todo la homogeneidad y relega la exótica heterogeneidad. Por eso tiende a anular

las distancias, a minimizarlas. Expulsa la extrañeza, pero, de acuerdo con el *dictum* horaciano<sup>2</sup>, la extrañeza siempre vuelve, no se la puede erradicar del todo. En el mundo virtual, amortiguada la otredad, nos hemos vuelto *pobres en experiencia* porque lo que tenemos no son verdaderas experiencias sino *experiencias a distancia*, o sea, apariencias de experiencias, pues se les ha robado su corazón: pasar a través de la realidad vivida. Si hay distancia y no vivimos realmente aquello que experimentamos no hay experiencia. Cuando falta lo real en su presencia material, estamos condenados a la “pobreza de experiencia (*Erfahrungsarmut*)” (Benjamin 1933, p. 218). Tenemos muchas experiencias; o mejor, creemos tenerlas, porque no son directas sino mediadas por las imágenes. Experimentamos imágenes de las cosas y no las cosas mismas en su extrañeza. Lo que tenemos cerca es la imagen del dolor, la alegría o la muerte, y no el dolor, la alegría y la muerte en carne viva. Estas experiencias a distancia son falsas en definitiva<sup>3</sup>.

Lo puesto a distancia es aniquilado, nada queda de su realidad ejecutiva para devenir imagen. Esto es lo característico de nuestro tiempo, que “las imágenes son en sí mismas codiciados sustitutos de la experiencia en primera persona (*firsthand experience*)” (Sontag 1977, p. 119). La voluntad de virtualidad transforma nuestra experiencia de la realidad haciendo que “experiencias desnaturalizadas (*denatured*) y artificiales parezcan reales” (Turkle 1995, p. 236). Precisamente por parecerlo es tan seductora la experiencia virtual, por la ingravidez que presenta al no tener que enfrentarse a las resistencias propias de la realidad. Porque parece que

---

<sup>2</sup> *Naturam expellas furca, tamen usque recurret* (Horacio 15 a. C, I, 10;24, p. 69).

<sup>3</sup> Como el amor a distancia que siente Twombly por la voz/robot llamada Samantha en *Her* de Spike Jonze, amor que por muy real y apasionadamente que él lo viviese es tan falso como las cartas íntimas que su profesión le obligaba a escribir fingiendo ser alguien querido por el destinatario.

experimentas, que vives o padeces tal o cual cosa, sin hacerlo realmente sino sólo virtualmente, es decir, a distancia, sin vivir los inconvenientes -y placeres- que representa lo real. Turkle (1995, p. 238) sostiene finamente que “la experiencia virtual puede ser tan persuasiva que creamos que dentro de ella hemos conseguido más de lo que pensamos”, como en un espectáculo. La virtualización del mundo implica, por una parte, suprimir las distancias espaciales, pero, por otra, introducir una nueva distancia consistente en la conversión de lo real en virtualidad, en espectáculo. Anula la distancia exterior, pero incorpora una interior, o sea, esencializa la distancia. Virtualizar la realidad es desrealizarla o *espectacularizarla* estableciendo distancia con su grave materialidad. Esto es lo que llama Debord (1967, p. 130) “separación espectacular (*séparation spectaculaire*)”. Sin distancia no hay espectáculo, pues es lo que permite la desrealización de lo real. Pero una vez reducido el mundo a imagen, virtualidad, espectáculo, también hemos acabado con el yo, convertido ya en apariencia de yo, ya que sin las resistencias que le opone un mundo real no puede haber verdadero yo. El yo que dialoga con un mundo vuelto espectáculo sólo puede ser un yo ficcional. Debord (1967, p. 167) confirma que el espectáculo supone “la eliminación de los límites entre el yo y el mundo mediante el aplastamiento (*écrasement*) del yo”. La distancia que introduce la virtualidad acaba anonadando tanto al mundo como al yo.

### 3.d. Ontología estética

Esta transmutación de la experiencia juega un papel decisivo en la estructura dual de carácter compensatorio que caracteriza al régimen de dominio y control impuesto por el mundo virtualizado. Por un lado, el sistema de poder reduce al ser humano cada vez más a *homo oeconomicus* en su doble faceta, como sujeto trabajador o productor, y como sujeto consumidor. Por otro, al hacerlo, convertido el *hombre de carne y hueso*

en *homo oeconomicus*, el ser humano pierde las experiencias en su realidad efectiva. Queda desprovisto de lo que más define su vida: las penas y las alegrías, las angustias y los placeres, las mezquindades y las empresas solidarias. Para compensar este déficit, el mundo como imagen nos da todas esas experiencias pero ya virtualizadas. El sistema mediático/digital de poder se vale por ejemplo de la inmensa oferta de series para que a través de ellas *vivamos* todas esas experiencias, pero de forma ficticia, convertidas en espectros de ellas mismas. Así se repara aquella carencia. Como en la antigua tragedia griega, la consecuencia final es una experiencia de catarsis, mediante la que vivimos todos esos sentimientos pero neutralizada su material realidad, sin *vivirlos*. Vivimos lo mismo pero de forma distanciada. En esta purificación catártica se expulsa la molesta *realidad* de las experiencias para limitarse a su vivencia imaginaria.

El 'actuar a distancia' define al ser humano digital. 'Ser a distancia' tiene especialmente un carácter ontológico/moral, es nuestra forma de ser en el mundo digital. En él, el ser humano es un *ser para la distancia*, existe relativamente a la distancia. Esto equivale a decir que es un ser estético. La reducción del mundo a imagen equivale a la estetización del mundo. La actitud estética kierkegaardiana es la que mejor describe al nuevo ser humano digital. Estas palabras con las que Mounier define la actitud estética son, a su vez, las que mejor expresan la naturaleza del ser distanciada que es el ser humano digital: "Es capaz de todo, pero no se compromete (*engage*) con nada. Si hace falta hablará de dios mejor que un cura, pero no se hará cura" (Mounier 1962, p. 84). Lo estético implica distancia, ausencia de realidad. Para el sujeto estético todo deviene imagen, nada es realidad, lo que explica su falta de compromiso. La distancia estética que nos caracteriza sobremanera actualmente supone una falta de seriedad ontológica/moral que degrada el *hecho de ser*. Se

puede decir por ejemplo que ‘aunque *soy* vegano, el día de año nuevo como jamón’. El *ser* se limita a *ser como imagen*, esto es, a ser algo sin serlo, a ser pero en apariencia, a parecer ser. Lo que importa es aparentar las cosas, serlas o hacerlas es ya secundario. De ahí nuestro esforzado cuidado actual de la imagen. La política estética de nuestro tiempo se ocupa sobre todo de parecer hacer y resolver más que de hacer y resolver realmente. Nunca soy nada de verdad, ni vegano, ni demócrata .... ni humano, lo soy en la distancia, estéticamente. Este modo distanciado y sin compromiso de ser es *jugar a ser*. Juego a ser demócrata o vegano, porque serlo auténticamente es muy duro, pesa demasiado. La ontología de la virtualidad es una ontología ingravida, ligera o estética. El nuevo modo digital, distanciado y estético de ser es la ligereza.

#### **4. Soledad conectada**

##### **4.a. Ser conectado y voluntad de dominio**

El pantallismo nos lleva a aislarnos en nuestros castillos/casas. Viviendo en ese brutal aislamiento del *cocooning* sólo podemos actuar a distancia. La actuación a distancia presupone que estamos aislados, separados, pero conectados. Esta es la utopía de un mundo digital: encerrados y aislados en nuestras casas, pero conectados. El modo de ser de unos sujetos que viven a distancia no puede consistir sino en estar conectados. Este es el correlato antropológico que trae consigo la transformación ontológica del ser en imagen. El triunfo de la virtualidad condiciona la naturaleza humana. Lejos de ser un simple objeto más de la existencia, el mundo creado digitalmente la determina hasta el extremo de configurar nuestro “modo de vida” (Turkle 1995, p. 231). Somos seres digitales. Sólo nos tratamos con las cosas si previamente las hemos virtualizado. No sabemos vivir si no es convirtiendo lo vivido en imagen. Nuestra existencia se limita

cada vez más a relacionarse con imágenes, con virtualidades. De ahí que no podamos *ser* sino conectados: “Existir es estar conectado (*branché*) a la pantalla e interconectado a las redes” (Lipovetsky 2007, p. 284). Sólo existo si y mientras estoy conectado. *To be is to be connected*, sentencia Duque (2000, p. 96). Este es el imperativo categórico del ser humano digital según Baudrillard (1990, p. 35): “Actúa de modo que estés conectado”. Nuestro nuevo *ser en el mundo* es ser a distancia y conectados. Cuanto más se nos pide que tomemos distancia del mundo real, que desconectemos, menos desconectamos del virtual. Cada vez vivimos más *desconectados* -de la realidad- *conectados* -a la virtualidad. Esta primacía del ‘estar conectado’ legitima la ruptura e inversión de la relación natural entre contenido/medio en el orbe digital. Lo lógico es que el contenido sea lo principal y el conectarse el medio para transmitirlo. Pero Turkle advirtió sutilmente en un artículo en *The New York Times* (21/04/2010) que en el mundo virtual, en lugar de llamar para comunicar la sensación que tenemos, enviamos mensajes porque queremos tener sensaciones (Turkle 2014, p. 138).

La nueva esencia constitutiva del ser humano, el *ser conectado*, lo transfigura en un sujeto volcado hacia fuera y vaciado de interioridad. Cuanto más conectados estemos, de menos interioridad y reflexión dispondremos, lo que nos convierte en objetos más fáciles de dominar. La desconexión es condición para la elaboración interior, para la reflexión que se resiste críticamente al dominio. Estar conectado, tenerlo todo disponible en un clic, nos produce una sensación tal de poder que nos lleva a concebir lo real como algo maleable, líquido. Lo queremos todo aquí y ahora, no admitimos la temporalidad. Por eso, escribe sutilmente Soriano (2001, p. 58), “se va dibujando un mundo sin duración (*durée*) en el que se marginarán progresivamente las actividades cuya esencia requiera duración, actividades que sólo puedan ejercerse al abrigo de los

acontecimientos en modo desconectado (*déconnecté*): leer, escribir, hablar, estudiar, pensar, rezar, legislar, gobernar ...”. Todas las actividades que exigen tiempo y maduración están siendo relegadas y cada vez menos practicadas en nuestro tiempo de hiperconexión y respuestas inmediatas. Así, estar conectados con los otros es un modo de relación que podemos controlar fácilmente. Cuando nos interesa desconectamos. Las relaciones virtuales se presentan livianas y asequibles: es más sencillo pasar el tiempo en las RRSS que tener que lidiar con las complicadas -y maravillosas- relaciones humanas auténticas. Esa misma facilidad que nos ofrece la relación digital es la que permite que la vida virtual se preste más cómodamente al ejercicio del poder. Aislar a la gente es un instrumento de poder, de dominio, mientras que la reunión y la comunicación que lleva consigo posibilitan la crítica: “Con los medios actuales de comunicación de masas a larga distancia, el aislamiento (*isolation*) generalizado ha demostrado ser un método aún más eficaz para mantener a la población bajo control” (Mumford 1961, p. 512). *Esa voluntad de dominio que acompaña a la imposición de la distancia pretende llegar según Foucault a la aniquilación de lo distanciado. En efecto, “la puesta a distancia (mise à distance) del objeto, una voluntad de alejarse de él” equivale a la “voluntad de destruirlo (détruire)”, lo que presupone una relación de “odio y hostilidad” (Foucault 1973, pp. 548s). El incremento del odio es el origen último del paulatino distanciamiento actual. El amor que reúne hoy declina.*

#### **4.b. Identidad líquida**

Somos lo que somos como seres conectados con el exterior. La virtualización del mundo va de la mano con nuestra conversión en seres superficiales. Jameson (1991, p. 12) constata que en el mundo de los simulacros “la profundidad es reemplazada por la superficie (*surface*)”.

Ser conectado implica vivir siempre en relación con los otros, de manera que decir que sólo existo cuando estoy conectado equivale a decir que los otros, los conectados conmigo son los que certifican mi existencia.

“Comparto luego existo (*I share therefore I am*)”, escribió Turkle (2014, p. 138). Pasamos de la autoafirmación del yo idealista, del *cogito ergo sum*, a la confirmación de la existencia del yo gracias a los otros virtuales con los que conecta y comparte, los cuales a su vez dependen de otros yo virtuales para fundar su débil existencia. Abandonamos la época de la interioridad reflexiva para ingresar en la actual de la exterioridad compartida. Este nuevo yo propio del universo cibernético que vive en la exterioridad del conectarse y el compartir digital, en relación con imágenes, no es el yo fuerte de la tradición cartesiana que se ha quedado con la exclusiva de la yoidad -el *yo*. No puede ser un yo con identidad propia e independiente de todo vínculo, puesto que sólo existe en sus manifestaciones virtuales, en relación con el mundo/imagen y los otros virtuales. Un yo que vive volcado en la exterioridad no es un yo unitario, con una identidad fuerte, el ‘yo’ tradicional. En una vida cada vez más virtualizada y reducida a imagen, los individuos juegan a ser, interpretan el papel que quieren ser. El yo posmoderno no tiene un ser más allá de lo que es en sus variados apareceres virtuales, de manera que su identidad no puede ser fija e inalterable sino cambiante, es decir, una *identidad líquida*, la característica de un “mundo líquido (*liquid world*) de identidades fluidas (*fluid identities*)” (Bauman 2004, p. 70). “En la configuración de la vida moderna líquida, las identidades son quizás las encarnaciones de ambivalencia (*incarnations of ambivalence*) más comunes”, añade Bauman (2004, p. 32), y lo son porque no están cerradas, dadas de una vez para siempre, sino en constante transformación. Por tanto, advierte Turkle (1995, pp. 258, 261), la nueva identidad posmoderna es un “yo proteico (*protean self*)”, un “yo flexible (*flexible self*)”, un sujeto “múltiple pero

integrado”, porque verdaderamente “se puede tener sentido del yo sin ser un yo único”. De ahí que, precisa Turkle (1995, p. 49), el problema actual del yo no sea la alienación -que presupone la existencia de un yo idéntico- sino la fragmentación, puesto que, “descentrado (*decentered*) y múltiple”, está compuesto por una “identidad fluida”. Ahora bien, esta fragmentación de la nueva identidad plural, este “yo virtual deshecho en personalidades múltiples” es, a juicio de Sartori (1997, p. 145), un “yo neurótico (*io neurotico*)”. En definitiva, el yo de nuestra cultura virtual de la multiplicidad es un *yo desyoizado*, un yo sin mundo, sin otros reales, sin identidad, es decir, liberado de las resistencias que presenta la realidad y que precisa para ser.

#### 4.c. Comunidad de soledades

Nuestro modo de ser digital, ‘estar conectado’, supone el aislamiento previo. Sloterdijk (2004, p. 315) encuentra el principio del mundo moderno en el *Connected Isolation*. No podemos desconectarnos porque no sabemos estar solos, nos aterra. Sin embargo y contra lo que parece sugerirnos la exigencia actual de hiperconexión, la soledad es salutífera y necesaria -y cada vez más. Sólo un yo trabajado y fortalecido puede conectarse evitando el peligro de perderse en la exterioridad. Pero sólo en soledad puede cincelarse el yo<sup>4</sup>. El exceso de conexión hacia fuera propio del mundo digital nos enseña que, por nuestra propia salud ontológica, debemos aprender a estar solos para poder ser. No queremos estar solos, pero tampoco queremos auténtica compañía. En el mundo virtual, los otros reales cada vez nos cansan más y preferimos sus imágenes. No nos

---

<sup>4</sup> Por eso Pascal (1662, 136-139, 622-131, pp. 516s, 586) afirmó que “toda la desgracia (*malheur*) de los hombres se debe a una sola cosa, no saber permanecer en reposo en una habitación”, pues “nada es tan insoportable para el hombre como estar en reposo total”, de manera que “a ello se debe que los hombres amen tanto el ruido y el movimiento, que la prisión sea un suplicio tan horrible y que el placer de la soledad sea tan incomprensible”.

cansamos los unos de los otros si podemos estar a distancia. Hemos pasado de la relación cara a cara a la relación a distancia. Asistimos a una progresiva sustitución de las relaciones reales por otras virtuales, desrealizadas. El sexo por ejemplo también se desmaterializa y es suplantado por el porno, que es una forma de aislamiento. Los otros nos interesan ni muy lejos ni demasiado cerca. Queremos estar con los otros y solos. Lo que queremos es una *soledad conectada*, que es en definitiva nuestro *ser en el mundo digital*. La nueva cultura virtual nos quiere conectados y solos, sin contactos materiales. Se impone el contacto a distancia. El *WhatsApp* permite el contacto sin menoscabar la soledad. Al lograr que parezca que estamos con los otros, cerca de ellos, nos da ilusión de compañía y nos protege del miedo a la soledad. Ponemos cada vez más nuestra esperanza existencial en la tecnología digital y menos en los otros, en nosotros en suma.

No deseamos otra cosa que esa apariencia de cercanía de los otros. Esto es lo que queremos, cercanía pero virtual, realidad desrealizada. Queremos una *cercanía distante*, mediada siempre por la distancia de la conexión digital. Más que conformarnos, deseamos un simulacro de compañía. El mundo digital virtualizado está habitado por una constelación de soledades conectadas. En este universo, estamos solos, aislados, pero no estamos distanciados de los otros, de las otras soledades. La “soledad electrónica (*solitude elettronica*)” que según Sartori (1997, p. 96) ha creado el orbe digital es una *soledad sin distancia*. Tal es la falsa solución al problema de la soledad que nos proporciona este mundo virtual. Estamos entonces solos y con los otros. La cercanía virtual que nos da el otro en el mundo digital no nos da verdadera compañía y nos deja solos. La consecuencia es una “multitud solitaria (*folla solitaria*)” (Sartori 1997, p. 96). Esto se debe a que vivimos en las pantallas. Mientras estamos en una reunión, comiendo, en clase, etc., atendemos a la pantalla y no a lo que

realmente hacemos. Estamos en la pantalla y no donde ‘estamos’. Se está sin estar. Este pantallismo es la causa de que los amigos estén juntos y, al tiempo, cada uno con su pantalla, conectados con otros. Nos hemos acostumbrado según Turkle (2011, pp. 1s) a estar juntos en solitario (*alone together*).

Afirmar que ‘estar conectado’ es nuestro nuevo modo de relacionarnos con los otros tiene importantes consecuencias para las relaciones humanas. La primera es que los individuos, en lugar de convivir realmente y experimentar juntos, están aislados, solos con sus pantallas, materialmente desconectados y virtualmente conectados: “Sólo nos comunicamos ya con mensajes digitales (*messages numérisés*), en lugar de hablar directamente con los otros” (Lipovetsky 2007, p. 289). La conversación real, reemplazada por el ‘estar conectados’, peligra. No es lo mismo conversar que conectarse. En el mundo digital, en vez de conversar, nos mandamos mensajes. Simulamos que hablamos y que nos escuchan. Sin auténtica conversación, ¿podemos ser verdaderamente humanos? Usamos la comunicación distanciada de los chats, sin experiencia real, para *conocer* a los otros. No sólo no los conocemos así, sino que tal vez nada haya ya que conocer puesto que en el mundo digital todos nos hemos espectralizado, vaciado de espesor humano y convertido en imágenes. Tal vez sólo seamos la apariencia que representamos ser en el teatro virtual y no haya nada detrás de ese juego engañoso. En Internet no se trata tanto de que nadie sea lo que parece, como de que todos sean lo que parecen porque sólo somos imagen. De aquí se desprende, como segunda consecuencia, que al relacionarnos con los otros virtualmente, mediante imágenes y pantallas, se introduce una distancia entre los sujetos que minimiza la alteridad de los mismos. En los otros -y en mí mismo como otro para ellos- se produce un déficit ontológico de otredad. El otro virtual pierde extrañeza, malogra su diferencia. En el mundo virtualizado, según

Augé (1994, p. 26), “la dimensión mítica de los otros (*autres*) se borra” porque “ya no son tan diferentes”, de modo que “los prestigios del exotismo (*exotisme*) se han desvanecido”.

El sistema digital bendice un nuevo modelo de comunidad humana basado en la distancia que pretende hacernos creer que se puede estar cerca y distanciados, no juntos. La publicidad santifica la distancia al confirmarnos que *no hace falta estar juntos para estar cerca*. Estamos permanentemente conectados pero no formamos una comunidad: “Los individuos se comunican constantemente, pero no se reúnen (*rencontrent*)” (Lipovetsky 2007, p. 289). El vínculo social actual se basa paradójicamente en la distancia y, por eso, cuanto más virtualmente conectados, más desconectados estamos realmente. Sin auténtico contacto, sin relación material, el mundo de las pantallas da lugar a una sociedad distanciada, arruinando el nexo social. En definitiva, es tan esencial la distancia que tenemos que estar hiperconectados para tener al menos la ilusión de comunidad humana. Pero el carácter ontológico de la distancia virtual es tal que seguimos solos, aislados, a pesar de la hiperconexión. Hoy sólo estamos *unidos distanciados*. Paradójicamente, la distancia es lo que nos une. Pero entonces la comunidad que conforma la actual humanidad digital, sostenida de forma inverosímil sobre la distancia no puede ser consistente. Una comunidad de soledades sólo puede ser ficticia, una apariencia de comunidad.

## 5. Conclusión

Ante el imparable avance del universo digital suelen adoptarse dos actitudes. La primera tiene un carácter positivista y optimista, y se funda sobre la tesis de que el ser humano, carente de una naturaleza fija e inmutable, es su historia. Entregarse sin reservas a este historicismo radical nos obliga a la insoportable admisión de todo cuanto existe. Esta

posición utilitarista y utópica considera que el nuevo mundo digitalizado acabará con la tendencia separadora de los individuos, lo que enriquecerá nuestras relaciones y desarrollará la democracia participativa. La virtualidad no es entendida como una “vida alternativa (*alternative life*)” en la que uno se pierde, sino como un instrumento para ampliar el campo de posibilidades del yo, lo que permitiría el crecimiento personal y mejorar nuestra vida real (Turkle 1995, pp. 263, 268). Lo virtual entonces potencia lo real. Presuponiendo metafísicamente una naturaleza ideal humana, la segunda actitud, apocalíptica y pesimista, rechaza de plano la digitalización del mundo porque estima que es la causante de la fragmentación social, la vigilancia universal, la “pérdida de conocimiento directo del mundo” y la desorientación existencial de los individuos, totalmente extraviados en sus pantallas (Turkle 1995, p. 231). Esta postura resulta inasumible ya de entrada, pues un principio fundamental del pensamiento es contar con la realidad, sin convertirse en su esclavo. Contra el naturalismo pesimista, no podemos -ni debemos- abrazar un ideal de vida humana y desde él condenar la realidad existente. Pero tampoco, contra el optimismo positivista, abandonarnos a lo real y, mucho menos, elevarlo a ideal. Ni el naturalismo, que promueve una comprensión negativa de todo lo que no encaje en la supuesta naturaleza metafísica del ser humano y lo real, ni el historicismo, que acepta incondicionalmente la realidad. Lógicamente, con el pragmatismo optimista, tenemos que contar con la realidad del orbe digital y asumir su incontenible progresión, pero no podemos compartir su ceguera ante los indudables peligros que acechan en la universal virtualización del mundo ni soslayar sus indudables nocivos efectos. La indiscutible vigencia de la virtualidad no puede ocultarnos que cercena nuestra libertad y nos condena a la soledad de la distancia inhumana. El error de esta actitud optimista es entender lo digital como mero instrumento a nuestra disposición que podemos usar

bien o mal. Ignora esa dimensión negativa que esencialmente contiene. Cuando Heidegger (1953, pp. 7, 36) escribió que “la esencia de la técnica no es algo técnico (*Technisches*)”, nos advirtió sobre el falso mito de la pura instrumentalidad: la técnica, lo supuestamente útil en sí mismo, posee una esencia que no es ya instrumental. Así, la tecnología digital, lejos de ser mero útil, tiene una esencia propia que amenaza la humanidad. No es la virtualidad la que deshumaniza sin más, sino que es la tendencia esencialmente deshumanizadora de nuestro mundo la que ha dado alas a la expansión de la virtualidad digital. Tan necesario es reconocer esta cara negativa de la digitalización como evitar su demonización. Ni es simple instrumento ni es un mal irredimible. No estamos indefensos ante su peligrosa amenaza. El conocimiento de los males que puede acarrear es el punto de partida de nuestra salvación. Contra el intelectualismo socrático y su excesiva confianza en el poder curativo del conocimiento, Nancy (1996, p. 126) ha asegurado que “saber la verdad de un mal no lo cura (*guérit*)”, pero es mejor ser consciente de él que no serlo. Ese conocimiento es lo único que puede prepararnos para tratar de integrar la digitalización y una vida humana libre, racional, comunitaria y solidaria.

## Referencias

- Augé, M. (1994). *Pour une anthropologie des mondes contemporains*. Paris: Aubier.
- Baudrillard, J. (1990). Videosfera y sujeto fractal. En VV. AA., *Videoculturas de fin de siglo* (27-36). Madrid: Cátedra.
- (2000). *The Murder of the Real, The Vital Illusion*. New York: Columbia University Press.
- (2007). *Pourquoi tout n'a-t-il pas déjà disparu?* Paris: L'Herne.
- Bauman, Z. (2004). *Identity. Conversations with Benedetto Vecchi*. Cambridge: Polity Press.

- Bell, D. (1976). *The Cultural Contradictions of Capitalism*. New York: Basic Books, 1978.
- Benjamin, W. (1933). *Erfahrung und Armut*, *Gesammelte Schriften* II-1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1977.
- Chomsky, N. (1992). The Propaganda System (Interview). En Barsamian, D. (ed.). *Stenographers to Power: Media & Propaganda* (5-18). Monroe, ME: Common Courage Press.
- Danto, A. C. (2009). *Andy Warhol*. New Haven & London: Yale University Press.
- Debord, G. (1967). *La société du spectacle*. Paris: Gallimard, 1992.
- Debray, R. (1992). *Vie et mort de l'image: une histoire du regard en Occident*. Paris: Gallimard.
- Deleuze, G. (1968). *Différence et répétition*. Paris: PUF, 1993.
- Duque, F. (2000). *Filosofía para el fin de los tiempos*. Madrid: Akal.
- Echeverría, J. (1994). *Telépolis*. Barcelona: Destino.
- Finkelkraut, A. (2001). Liberté fatale, *Internet, l'inquiétante extase*. Paris, Mille et une nuits.
- (2005). Après la défaite (Entretien avec V. Roy et F. Georgescu). *La Revue Littéraire*, 21 [n. p.] [web].
- Foucault, M. (1973). La vérité et les formes juridiques, *Dits et Écrits*, II, 1970-1975 (538-646). Paris: Gallimard, 1994.
- Gadamer, H-G. (1960). *Hermeneutik I. Wahrheit und Methode, Gesammelte Werke*, Band 1. Tübingen: Mohr (Siebeck), 1990.
- Heidegger, M. (1950). Das Ding, *Vorträge und Aufsätze, Gesamtausgabe*, Band 7. Frankfurt a. M.: Klostermann 2000.
- (1953). Die Frage nach der Technik, *Vorträge und Aufsätze*.
- Hölderlin, F. (1803-04). *Patmos, Sämtliche Werke*, Band 2.1. Stuttgart: Kohlhammer, 1951.
- Horacio (15 a. C.). *Epistles*, Book 1. Cambridge: Cambridge University Press, 1994.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press, 1997.

- Lipovetsky, G., Serroy, J. (2007). *L'écran global: culture-médias et cinéma à l'âge hypermoderne*. Paris: Seuil.
- Marco Aurelio (180). *Pensieri, Scritti*, ed. bilingüe. Unione Tipografico-Editrice Torinese: Torino, 1984.
- Michaud, Y. (2004). *L'art à l'état gazeux: Essai sur le triomphe de l'esthétique*. Paris: Hachette.
- Mounier, E. (1962). *Introduction aux existentialismes*. Paris: Gallimard.
- Mumford, L. (1961). *The City in History: Its Origins, Its Transformations, and Its Prospects*, New York: Harcourt, Brace, Jovanovich.
- Nancy, J-L. (1996). Un souffle. En Berg, N. et al. (eds.). *Formen der Erinnerung* (122-130). München: Fink.
- Ortega y Gasset, J. (1937). Miseria y esplendor de la traducción, *Obras completas*, tomo V. Madrid: Taurus/Fundación Ortega y Gasset, 2006.
- Pascal, B. (1662). *Pensées, Œuvres complètes*. Paris: Seuil 1963.
- Sartori, G. (1997). *Homo videns. Televisione e post-pensiero*. Bari: Laterza, 2011.
- Sloterdijk, P. (2004). *Sphären III. Schäume*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Sontag, S. (1977). *On Photography*, electronic ed. New York: RossettaBooks, 2005.
- Soriano, P. (2001). Le zéro-un et l'infini: un humanisme sans homme?, *Internet, l'inquiétante extase*. Paris: Mille et une nuits.
- Taylor, M. C. (1998). Postmodern Times. En Summerall, O. F., (ed.). *The Otherness of God* (175-189). Charlottesville-London: University of Virginia Press.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- (2014). The Flight from Conversation. En Barnett, S. y Bedau, H. (eds.). *Critical Thinking, Reading and Writing. A Brief Guide to Argument* (136-139). Boston-New York: Bedford/St. Martin's.
- Virilio, P. (1996). *Cybermonde, la politique du pire*. Paris: Textuel.

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: the Fight for a Human future at a New Frontier of Power*. New York: Public Affairs.



En edición

Cuadernos de Filosofía Latinoamericana

ISSN: 0120-8462 | e-ISSN: 2500-5375 | DOI: <https://doi.org/10.15332/25005375>

Vol. 43 N.º 126 | enero-junio de 2022