

# Nuevas tecnologías de la información: Significaciones imaginarias<sup>1</sup>

Daniel Horacio Cabrera

Daniel Horacio Cabrera es egresado de la Maestría en Sociosemiótica del Centro de Estudios Avanzados.

ESTUDIOS Nº 13  
Enero-Diciembre 2000  
Centro de Estudios Avanzados de la  
Universidad Nacional de Córdoba

El presente artículo constituye un análisis de las llamadas “nuevas tecnologías de la información y la comunicación” desde los discursos que a ellas se refieren y como “significaciones imaginarias” -en el sentido de Castoriadis- de la sociedad actual. Esto se lleva a cabo en dos niveles de interpretación. En el primero se estudian algunas de las significaciones concretas en relación a la temporalidad social. Y en el segundo, se postulan unas matrices imaginarias sociales desde las que estas significaciones parecen proceder y funcionar. En el ejercicio de esta hermenéutica quedan abiertas múltiples perspectivas sin que puedan ser profundizadas en este lugar<sup>2</sup>.

## 1.- Las “nuevas tecnologías”<sup>3</sup> como significaciones imaginarias sociales.

Consideramos a las “nuevas tecnologías” como modalidad concreta y específica de la técnica moderna en la actualidad y, en tanto tal, como un *conjunto heterogéneo de aparatos, instituciones y discursos*. Decimos “conjunto heterogéneo”, ya que nos referimos a diversos constituyentes de diferentes niveles y procedencias,

---

<sup>1</sup> Este artículo está basado en la tesis de maestría: Daniel H. Cabrera, “*Las nuevas tecnologías de la información y el tiempo como imaginario. Exploraciones del imaginario tecnológico contemporáneo*”, Maestría en Sociosemiótica del Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, 26 de Julio de 2000.

<sup>2</sup> En la tesis citada podrá encontrarse con mayor amplitud los aspectos teóricos y analíticos que aquí sólo se mencionan. Agradezco los comentarios a este artículo de los profesores Héctor Schmucler de Argentina y Alejandro Navas de España.

<sup>3</sup> Aunque las nuevas tecnologías se refieren a las tecnologías de los nuevos materiales, a la biotecnologías y a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En este trabajo nos referimos exclusivamente a estas últimas con la expresión “nuevas tecnologías”.

permanentemente unidos de un modo particular desde *lo imaginario*.

Pensar desde “lo imaginario” tal como se define desde la “teoría de la institución imaginaria de la sociedad” de Castoriadis<sup>4</sup> significa abordar las significaciones como instituciones de la sociedad. Estas significaciones son obra de la “sociedad instituyente” o “imaginario social” y pueden ser “centrales” o “segundas”. Así decimos que las “nuevas tecnologías” son significaciones instituidas que materializan el imaginario de la sociedad actual.

Postular la institución imaginaria implica dos consideraciones. La primera es la creatividad de su origen y la consecuente imposibilidad de su reducción a mera determinación estructural o funcionalidad sistémica. La segunda es que las significaciones imaginarias sociales, en tanto son “centrales”, son creadoras de objetos y organizadoras de un mundo. Esta centralidad significativa opera en lo implícito a través de una cantidad indeterminada de acciones, fines y significados concretos o “segundos”. En este sentido, el análisis de las “nuevas tecnologías” como significación imaginaria social debe considerar metodológicamente una doble heterogeneidad constitutiva.

En un primer nivel, la heterogeneidad de las “nuevas tecnologías” es “externa”, en tanto es *conglomerado visible y enunciable* de aparatos, instituciones y discursos. En tanto *aparatos*, son un conjunto compuesto por la televisión digital, telefonía, informática, telecomunicaciones, Internet, entre otros; y son fruto de la “convergencia” de tres ramas técnicas preexistentes: la informática, las telecomunicaciones y los medios de comunicación<sup>5</sup>. En tanto *discurso*, las “nuevas tecnologías” implican concretamente una serie de libros, revistas, artículos, publicidades y “eventos” que están unidos al conjunto de aparatos técnicos, prácticas y saberes específicos (en el sentido de *know how*). Son expresiones provenientes de las *instituciones* técnicas científicas y de las publicitarias “marketineras”. Instituciones y discursos que son intrínsecos y consustanciales a la circulación y consumo de los aparatos y que tienen como objetivo la descripción y explicación de mecanismos y prácticas -efectivos o posibles- destacando la simplificación y sencillez de su uso.

---

<sup>4</sup> Es muy importante esta aclaración dada la gran cantidad de usos ambiguos e, incluso contradictorios, del término “imaginario”. Cf. Cornelius Castoriadis, *La institución imaginaria de la Sociedad*, Tusquets Editores, 2 Vol., Buenos Aires, 1993. También puede consultarse del mismo autor: *Les Carrefours du labyrinthe*, Editions du Seuil, Paris, 1989; *El mundo Fragmentado*, Colección Caronte Ensayos, Montevideo, 1997a; *El avance de la Insignificancia*, EUDEBA, Buenos Aires, 1997b; *Los dominios del hombre. Las encrucijadas del laberinto*, Gedisa, Barcelona, 1998a; *El psicoanálisis, proyecto y elucidación*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1998b; *Hecho y por hacer. Pensar la imaginación. Encrucijadas del Laberinto V*, EUDEBA, Buenos Aires, 1998c; *Figuras de lo Pensable*, Frónesis Cátedra Universitat Valencia, Madrid, 1999.

<sup>5</sup> Esta convergencia y cada una de las ramas tecnológicas puede encontrarse descrita, entre otros, en P.A. Mercier; F Plassard; V. Scardigli, *La sociedad digital. Las nuevas tecnologías en el futuro cotidiano*, Ariel y Sudamericana-Planeta, Barcelona, 1985, pp. 21-39. Simon Nora; Alain Minc, *La informatización de la sociedad*, FCE y Nuevo Paidós, Buenos Aires, 1987, pp. 29-50; Juan Luis Cebrián, *La red. Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación*, Taurus, Argentina, 1998, pp.43-60.

De acuerdo con este primer nivel pensamos que no es concebible, al menos tal como los conocemos, la existencia de aparatos técnicos -informáticos o comunicacionales- sin su relación esencial con unas instituciones y discursos concretos. Esta mutua implicación nos permitirá postular algunas significaciones imaginarias sociales de las “nuevas tecnologías” cuya interpretación -realizada desde la materialidad de aparatos, discursos y prácticas sociales- llevará a hipotetizar el fondo magmático desde el que se hace posible su particular modo de existencia. Por ello nos referimos a otro nivel de heterogeneidad más radical.

Las “nuevas tecnologías” son heterogéneas, en un segundo nivel, en cuanto constituyen una *institución de lo imaginario social*. Es decir, que más allá de la actividad consciente de institución, las “nuevas tecnologías” encuentran su fuente en lo imaginario social, desde el cual se entreteje una realidad económico-funcional, institucional y simbólica. La constitución de las “nuevas tecnologías” supone la sociedad instituyente de la cual es significación instituida y por ello, hablamos de una heterogeneidad “interna” o “radical”. En ellas aparece la pertenencia al magma imaginario de la sociedad instituyente o imaginario social central. En este sentido, las tecnologías como instituidas son obra materializada desde la creatividad histórico-social y, *son lo que son* porque condensan unas significaciones imaginarias centrales para esa sociedad.

El surgimiento y materialización de aparatos, usos, significaciones e instituciones desde el magma de lo dado es obra de la sociedad instituyente, fuente creativa de lo histórico-social instituido. Concretamente nos referiremos a la relación de las significaciones de las “nuevas tecnologías” con la temporalidad moderna del progreso y con las matrices imaginarias escatológicas-apocalípticas y mágico-advinatorias. Creemos que esta relación permite hacer pensable la procedencia imaginaria y el marco de funcionamiento significativo de las “nuevas tecnologías”.

Estas existen como significaciones imaginarias sociales porque son, ante todo, determinabilidad infinita otorgada por lo histórico-social. Lo que implica que no puede darse de antemano un cierre o una clausura semiótica para las constelaciones de significaciones materializadas por la sociedad. Ya que toda clausura supone una clave de bóveda que remite, a posteriori, al magma de lo imaginario social. Por esta clave hipotética de sentido, toda significación imaginaria segunda -en este caso: “nuevas tecnologías”- se mantiene unida a las significaciones centrales de una sociedad.

La interpretación desde lo imaginario social consiste en la elaboración de hipótesis plausibles y posibles de generar nuevas conexiones de significados que permitan nuevas perspectivas de elucidación y una otra relación de los individuos con lo histórico-social. Ya que las significaciones imaginarias sociales son un polo de identificación colectiva en relación al cual es posible una identidad para los individuos. Como fuente de identidad se convierten para la sociedad y los individuos en una matriz de estructuración de *representaciones* sociales, de designación de *finalidades* de la acción y de establecimiento de *afectos*<sup>6</sup>. Las “nuevas tecnologías”, en tanto significaciones imaginarias

<sup>6</sup> Cf. Castoriadis, 1997b, p. 158.

sociales segundas, son constitutivas de la identidad colectiva contemporánea por lo que moldea representaciones sociales, finalidades de la acción y afectos posibles.

Nos interesa adentrarnos en las significaciones imaginarias materializadas en las “nuevas tecnologías” como significación que encarna lo imaginario social contemporáneo y que *da vida* a unas representaciones, finalidades y afectos referidas a la temporalidad social. Para ello analizaremos algunas significaciones imaginarias concretas de las “nuevas tecnologías” desde los discursos que las invocan y en relación con su funcionamiento significativo.

## 2.- Algunas significaciones imaginarias de las “nuevas tecnologías”.

En los discursos tecnológicos la expresión “nuevas tecnologías” funciona como un *nombre* que se transmuta en un *cuasi-nombre propio*. “Nuevas tecnologías” denomina no sólo el objeto, sino también, y sobre todo, el sujeto de los discursos-promesas. El funcionamiento semiótico de la expresión “nuevas tecnologías” como nombre es simbólico (en el sentido semiótico peirceano). Al modo de un signo simbólico y en la medida que representa una clase de seres (aparatos, discursos e instituciones) a los que se refiere y que, mas allá de las menciones explícitas, (como nombre de empresa, sujeto responsable del discurso, aparatos) *convocan e invocan* una totalidad como sujeto del discurso. En este sentido decimos que “nuevas tecnologías” es un nombre con resonancias de nombre propio. Como ellos, la expresión “nuevas tecnologías” tiene “una posibilidad de generación infinita de significaciones” (Peirce). Son el *nombre* que se refiere a un conjunto de aparatos, prácticas sociales y “nuevas realidades” que ocupan un lugar central en las representaciones sociales del mundo, en las esperanzas, los sueños y deseos de la sociedad contemporánea. Analizaremos algunas de sus atribuciones.

### 2.a.- Las “nuevas tecnologías” como “estado mental”, “confianza” y “fe”.

Los tratamientos “académicos” de las “nuevas tecnologías”<sup>7</sup> toman como momento importante de la reflexión, la consideración sobre su “actitud” -positiva o negativa- ante ellas. Independientemente de cual sea la actitud adecuada, es importante destacar el “problema de la actitud” que, en otras palabras, implica definir el *afecto* que acompaña la significación “nuevas tecnologías”. Esto no es una dificultad que preocupe a los “gurús”<sup>8</sup> de las “nuevas tecnologías”:

---

<sup>7</sup> Se habla, por ejemplo, de “tecnofobia” y “tecnofilia” (Tomás Maldonado, *Crítica de la razón informática*, Paidós, España, 1998, p.9); “tecnorrománticos” y “humanorrománticos” (Everette E. Dennis; Michael Dertouzos y Otros, *La sociedad de la información. Amenazas y oportunidades*, Complutense, España, 1996, p.31 sic). Cf. José Luis González Quirós, *El porvenir de la razón en la era digital*, Síntesis, España, 1998. Derrick de Kerckove, *La piel de la cultura*, Gedisa Editorial, España, 1999; e, *Inteligencias en conexión*, Gedisa Editorial, España, 1999.

<sup>8</sup> Explícitamente llamados *gurús* son consultados por lo medios de comunicación y son el cen-

“La gente dice que soy demasiado optimista. Pero yo estoy invirtiendo para hacer todas estas cosas. Tengo mucha gente trabajando en ellas” (Bill Gates)<sup>9</sup>.

“... estar digitalizados nos da muchos motivos para ser optimistas” (N. Negroponte)<sup>10</sup>.

Para los “visionarios” y los agentes del marketing las cosas van siempre a mejor y el optimismo es una necesidad porque, como lo afirma soberbiamente Negroponte<sup>11</sup>,

“Como una fuerza natural, la era digital no puede ser negada ni detenida”<sup>12</sup>.

La potencia del advenimiento digital tiene la fuerza de la naturaleza, ni se puede negar ni detener, sólo queda el *sometimiento* optimista. Queda la confianza ciega -fe- en la *omnipotencia* de las tendencias tecnológicas. La confianza transmutada en fe, es fundamental en relación con el conjunto de significaciones de las “nuevas tecnologías”, ya que sin ella parece que el propio “sistema se cae”<sup>13</sup>. Como lo presenta un analista del *The Washington Post* en el contexto del juicio contra la empresa Microsoft

“¿Qué es la *nueva economía*? Parece ser principalmente un *estado mental*: una *convicción* de que, a través de las maravillas de la tecnología, la economía ha entrado en un estado de permanente éxtasis. Todo es una *promesa* y no hay peligros. Esta *superconfianza* ha modificado, por sí misma, la conducta de la economía, provocando la bonanza en el mercado de valores y el frenesí de consumo”<sup>14</sup>.

El éxito de la llamada “nueva economía” representa todo lo que puede llegar a ser el mundo digitalizado: “un estado mental”, “una convicción” referida al futuro que su promesa encierra. El mundo de las significaciones tecnológicas es el mundo de la “superconfianza”. En palabras de F. Fukuyama, “la confianza se convierte en un factor primordial en un entorno de alta tecnología”<sup>15</sup>.

---

tro de atención de los eventos de marketing de las empresas.

<sup>9</sup> En Revista *Mercado*, Argentina, febrero de 1998, p.35.

<sup>10</sup> N. Negroponte, *Ser Digital*, Atlántida, Argentina, 1995, p. 230.

<sup>11</sup> Tenemos en cuenta particularmente a Bill Gates, *Camino al futuro*, McGraw-Hill, España, 1995 y Nicholas Negroponte (1995) en tanto, son agentes de realización de su pensamiento en prácticas materiales que configuran lo social. No son referencias “académicas” sino fuentes de análisis donde los contenidos conducen a prácticas empresariales de configuración de lo social.

<sup>12</sup> Ídem.

<sup>13</sup> La expresión “*se cayó el sistema*” es de uso muy común que muestra la dependencia de los servicios de las redes de información y materializa -con el impersonal- el anonimato de la sociedad frente al cual “no hay nada que hacer” porque “*hay que esperar que vuelva*”.

<sup>14</sup> Robert A. Samuelson, *El Mundo*, España, 15 de abril de 2000, p.52 (el subrayado es nuestro).

<sup>15</sup> Revista *Mercado*, ídem., p.25

Ahora, ¿cómo y cuándo la confianza se transmuta en fe?; ¿en qué momento y de qué modo las “nuevas tecnologías” se convierten en una significación imaginaria central de la sociedad?.

2.b.- Las “nuevas tecnologías” entre anuncio, pronóstico y promesa.

Las “nuevas tecnologías” aparecen en los discursos incentivando y estimulando la imaginación. Se busca que los productos sean indispensables sabiendo que

“el éxito alimenta el éxito” y “que un cambio cuantitativo en el nivel de aceptación de una nueva tecnología puede llevar a un cambio cualitativo en el papel que desempeña la tecnología”<sup>16</sup>.

Es lo que algunos llaman “masa crítica” y, que para Gates, va unido a una “aplicación asesina o estrella”. Gracias a ella un producto pasa “de curiosidad a proporcionador de dinero”<sup>17</sup>, porque

“una aplicación estrella es un uso de la tecnología tan atractivo para los consumidores que incentiva las fuerzas del mercado y hace que un invento sea indispensable, incluso aunque el inventor no lo anticipase”<sup>18</sup>.

Vender en este contexto significa estimular la imaginación con promesas. Puede decirse que “la técnica aparece como superadora de la religión y de la política al cumplir lo que promete: la bombilla, el automóvil, el avión y la máquina de lavar ropa”<sup>19</sup>. El físico y futurista Dennis Gabor expresa: “no podemos predecir el futuro; todo lo que podemos hacer es inventarlo”<sup>20</sup>. Se promete lo que se está haciendo dentro de las fábricas y laboratorios. En nombre de las “nuevas tecnologías” se hacen pronósticos o prognosis, que anticipan aparatos y aplicaciones sobre la base del conocimiento de los avances de la inversión, investigación y fabricación. Sin embargo, los anuncios públicos-publicitarios no comentan tanto estos adelantos tecnológicos como visiones y anticipaciones de posibles usos, cambios en la vida cotidiana e impactos sociales. En múltiples textos<sup>21</sup>, incluso “académicos”, la pregunta insoslayable es “¿Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación?”. La respuesta plantea orientaciones para *lo que vendrá* y la interrogación se presenta como *la* pregunta para pensar las “nuevas tecnologías” en su relación con la sociedad. Se trata de una pregunta omni-

---

<sup>16</sup> B. Gates, *op. cit.*, p. 46.

<sup>17</sup> *Idem.*, p. 68

<sup>18</sup> *Idem.*, p. 67.

<sup>19</sup> Muriesa en Neusüss; Mannheim; y otros 1992 “*Sociología de la Utopía*” Hacer, Barcelona, p. 17.

<sup>20</sup> Citado en “El futuro es caprichoso” revista *Nueva*, p.18 s/f.

<sup>21</sup> Entre otros: Nora/Minc, 1987; Mercier/Plassard/Scardigli, 1985; Gates, 1995; Negropon-  
te, 1995; Terceiro, 1996; Cebrian, 1998.

presente y, sobre todo, es omnipotente porque supone que nada queda por hacer, excepto adaptarse.

Las “nuevas tecnologías” son el bien prometido. Y uno de sus principales atributos es su novedad, es un *bien nuevo*. Anunciar lo nuevo permite imaginarlo y por tanto hacerlo esperable. Imaginado y esperado, lo nuevo se hace *realizable*. Se anuncia lo “nuevo” para, de esa manera, hacerlo real. Se llama con nuevos nombres -como “sociedad de la información”- para traer a la existencia lo que anunciándolo se crea. Las significaciones que se movilizan en nombre de las nuevas tecnologías aparecen así como un *dis-curso* -rumbo y destino- sobre el mundo y la sociedad.

El bien nuevo y bien prometido es, ante todo, futuro. Y la frase-estribillo “el futuro esta aquí” es su materialización discursiva. La argumentación subyacente parece ser “el futuro es tecnología; la tecnología está aquí; entonces, el futuro esta aquí o el futuro es hoy”. Esta operación del orden de la racionalidad tiene su fundamento en lo imaginario. En él “futuro” y “tecnología” se identifican en relación al imaginario moderno del progreso. Observando las estrategias de comunicación y marketing de las empresas de “nuevas tecnologías” se puede afirmar que no es posible realizar una campaña publicitaria sin que la palabra y la idea de futuro no sea parte de ella.

Si hacemos referencia a las estrategias de comunicación y marketing es porque constituyen *estrategias de creación y colonización de la imaginación* individual y colectiva, como antes lo fue la propaganda política y religiosa. Conocer sus estudios y trabajar sobre sus diagnósticos permite acercarse a saberes que inciden ampliamente en las prácticas sociales.

### 2.c.- Las “nuevas tecnologías” como advenimiento.

Las “nuevas tecnologías” son anunciadas como promesa realizada y ello invita al optimismo porque, citábamos, “como una fuerza natural, la era digital no puede ser negada ni detenida”. Esta imposibilidad del desarrollo de detenerse constituía unos de los núcleos de la “idea de progreso”<sup>22</sup>.

*Advenimiento innegable e imparable*, las “nuevas tecnologías” “vienen”, “ya llegan”, “se acercan”. Se trata no sólo de una extraordinaria “fuerza de la naturaleza” como un terremoto o una gran tormenta posible de ser pronosticado y esperado, sino de un anuncio mesiánico. Las connotaciones mesiánicas de la espera es constante en los discursos comunicacionales donde aparece la idea-imagen de lo que “viene”:

“...cuando se trata de telecomunicaciones, lo que viene ya vino, porque este tema avanza a la velocidad de la luz.”<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Cf. entre otros a: Josetxo Beriáin, “El triunfo del tiempo (representaciones culturales de temporalidades sociales) en *Política y Sociedad*, N° 25, Madrid, 1997, pp. 101-118. John Bury, *La idea del progreso*, Alianza, España, 1971. Robert Nisbet, *Historia de la idea de progreso*, Gedisa, Barcelona, 1981.

<sup>23</sup> Comentario periodístico en *Revista 12* de Abril de 1998 - *La Nación* (Argentina). Subrayado nuestro. Cf. Eclesiastés 3,15: “Lo que es, ya antes fue; lo que será, ya es”. Cf. 1,9.

La espera de las “nuevas tecnologías” es una espera de lo que “viene”, o “adviene”, “llega” al sujeto de la espera desde el futuro hacia el presente<sup>24</sup>. Las “nuevas tecnologías” avanzan indefectiblemente hacia el presente, no vienen de la lejanía o la distancia espacial. Ellas advienen desde el futuro y, en ese sentido, se parecen más a una promesa mesiánica que a un pronóstico.

2.d.- Las “nuevas tecnologías” como destino inevitable.

El subtítulo de portada de la obra de N. Negroponte afirma “El futuro ya está aquí, y sólo existen dos posibilidades: ser digital o *no ser*” (Subrayado en el original). El destino es inevitable:

“Se ve que el acceso a la autopista informática es casi obligatorio, sin dejar de lado a nadie, ni siquiera a la abuela que jamás aprendió a usar la videgrabadora”<sup>25</sup>

Más contundente es Andrew Grove (Intel) en una publicación profesional y empresarial, pero no especializada en informática<sup>26</sup>, comenta:

“Tengo una regla corroborada por más de 30 años dedicados a la alta tecnología. Es muy simple: *“Lo que puede hacerse se hará”*. Igual que ocurre con la fuerza natural, *es imposible detener la tecnología*. Encuentra la manera de abrirse paso independientemente de los obstáculos que la gente ponga en su camino.

*“La belleza de esta regla es que puede usarse para analizar el futuro*. Todo lo que necesitamos es recordar lo que ya puede hacerse:

- \* Toda la información puede expresarse digitalmente.
- \* Toda la información puede transmitirse en forma digital.
- \* Toda la información puede almacenarse en forma digital.

“Si todo esto puede hacerse, dice la regla, se hará.”

Y continúa más adelante:

“Hay muchas razones que sugieren que hemos tomado el rumbo correcto: la información digital estará con nosotros para siempre... La información digital no tiene fronteras y es compatible con la tendencia hacia una única comunidad global. Es instantánea, coherente con el ritmo de la época: veloz, muy veloz, acelerado.”

---

<sup>24</sup> “Hoy le presentamos el mañana, *lo que sigue a lo más avanzado*; un paso más allá de lo que imaginamos como futuro: Fiber Tel. (...)“Para que el presente desdibuje sus confines limitantes. Para convencernos de que *el mañana no termina donde nosotros creíamos*. “Fiber Tel. *El futuro del futuro*.” Anuncio publicitario de una empresa de televisión por cable en *La Nación* de 29 de Junio de 1997 (Argentina) p. 22. Subrayado nuestro.

<sup>25</sup> En *La Nación, Revista*, Argentina, 12 de Abril de 1998, p. 27.

<sup>26</sup> Revista *Mercado*, Argentina, Febrero de 1998, pp. 37-38.



“El cambio ha sido el rumbo del mundo, pero lo que estamos enfrentando hoy es un mundo digital que trae un *feedback* positivo el proceso de cambio en sí.”

Termina el artículo:

“Nada de esto va a ser fácil: la destrucción creativa de Schumpeter, pero en tiempo de Internet. Pero no tenemos opción. Debemos enfrentarlo. Porque lo que puede hacerse, se hará”.

Las “nuevas tecnologías” se presentan como “imposibles de detener” y, por ello, aparecen como el destino de la humanidad. El futuro se convierte entonces en *predecible* y sin cabida para la incertidumbre. Sin incertidumbres el futuro deja de ser tal y es posible afirmar “el futuro ya está aquí”<sup>27</sup>.

2.e.- Las significaciones imaginarias y el “imperativo tecnológico”.

Estas significaciones de las “nuevas tecnologías”, -confianza y fe, promesa, advenimiento y destino inevitable-, estructuran las *representaciones* tecnológicas en relación con unas *finalidades* de la acción, y establecen tipos de *afectos* característicos para la sociedad de las nuevas tecnologías. Desde estas significaciones se postula lo que es bueno y valioso hacer, se prefiguran los afectos optimistas y tecnófilos, y se ponen en circulación las “verdades” de las técnicas modernas. Entonces nos preguntamos ¿cuál es el fundamento último y hacia dónde conducen las remisiones de estas significaciones?

El camino lleva hacia “imperativo tecnológico”, tan bien expresado en la anterior cita de A. Grove, y que afirma “*lo que puede ser hecho, se hará*”. Su versión mercantil: “para todo hay un cliente”. Este imperativo se presenta como un *pensamiento-límite* imposible de ser cuestionado en la medida que rige la acción técnica, la ética y política desde un *pensamiento-evidencia*. El imperativo tecnológico se propone como el límite de lo cuestionable y hace de toda crítica una ingenua pretensión intelectual. Pero es este mismo imperativo el que, con mayor claridad, pone a las significaciones de las “nuevas tecnologías” en relación con su fundamentación en lo imaginario social. El imperativo tecnológico como *pensamiento-límite* y *pensamiento-evidencia* se pretende límite infranqueable para la interrogación racional. Y así en la muerte del pensar. Sin embargo, más allá del “imperativo” se encuentra lo que es necesario *hacer pensable e imaginable*.

---

<sup>27</sup> Frase omnipresente en publicidad, por ejemplo, la campaña de “OMC. Equipos informáticos” en *GRAFICA Revista técnica de la industria de artes gráficas y comunicación*, N° 663, España, Septiembre de 1999.

### 3.- Las “nuevas tecnologías” y el tiempo de “progreso”.

Si desde los discursos la promesa no deja lugar a dudas, en la vida cotidiana del usuario las “nuevas tecnologías” parecen constituir una presencia/experiencia liberadora de la servidumbre de la repetición de las “labores”, en el sentido de Arendt<sup>28</sup>. Las labores son el reino doméstico de la necesidad y la repetición, el espacio privado donde los individuos sostienen su vida. En ese espacio, de tareas repetitivas ligadas a la necesidad de la vida, la posesión de los aparatos tecnológicos asegura la reducción del tiempo de trabajo doméstico y su liberación como “tiempo libre”. Los avanzados receptores de comunicación, los electrodomésticos “inteligentes” en el hogar y la introducción de la informática se han *naturalizado* muy rápidamente en la vida cotidiana. Convertidos en artículos de primera necesidad<sup>29</sup> y experimentada su efectividad, parece confirmarse que el futuro prometido es posible.

La importancia de la promesa y el futuro conduce nuevamente a las tecnologías hacia la temporalidad del progreso. La significación imaginaria del progreso implicaba la confianza en el futuro y orientaba las fuerzas sociales. Las imágenes del progreso -metáforas, narraciones, publicidades- fomentaban el “crecimiento de expectativas”. Sus símbolos -el ferrocarril, el automóvil, la electricidad, etc.- se convertían en la garantía de que el esfuerzo social valía la pena. En este sentido, Susan Buck-Morss analizando los *Passagen-Werk* de Benjamín presenta las exposiciones universales del siglo XIX y comienzo del XX como “promesa de progreso social para las masas, sin revolución” y “festivales populares del capitalismo para perpetrar el mito del progreso social automático”<sup>30</sup>: “el progreso llegó a ser una religión en el siglo XIX, las exposiciones internacionales sus altares sagrados, las mercancías sus objetos de culto, y el “nuevo” París de Haussmann su Vaticano. Los Saint-Simonianos eran los autoproclamados sacerdotes seculares de esta nueva religión”<sup>31</sup>.

Hoy en los discursos sobre las “nuevas tecnologías” se muestra un futuro posible en la posesión y uso de los propios aparatos. Esta realización por el consumo ilumina la confianza y posibilita una espera sensata porque, se podría decir, es *experimentable* que la tecnología cumple lo que promete: automatismos, diversión cómoda, liberación cuantitativa del tiempo dedicado a las “labores”, etc. Así las “nuevas tecnologías” pueden ser experimentadas como *primicias* de lo que vendrá, más maravilloso aún.

La creencia del *progreso* referida a un futuro siempre venidero apelaba a una conciencia generacional (de trabajo y ahorro). El futuro presente en los discursos sobre las “nuevas tecnologías” se muestra como inmediatamente esperable y realizable por

---

<sup>28</sup> Cf. H. Arendt, *La condición humana*, Paidós, España, 1996, pp. 97-156.

<sup>29</sup> ¿Cómo un aparato tecnológico se convierte en artículo de primera necesidad?; ¿qué es “artículo de primera necesidad”? Puede consultarse: M. Douglas; B. Isherwood, *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, Grijalbo, México, 1990, pp. 114 y ss.

<sup>30</sup> Susan Buck-Morss, *Dialéctica de la Mirada. Walter Benjamín y el proyecto de los Pasajes*, Visor, Madrid, 1995, p. 103.

<sup>31</sup> Idem, p. 107.

el consumo. Así, este futuro se agota y renace constantemente a medida que los aparatos pasan en pocos días de la novedad absoluta a la decadente obsolescencia del viejo modelo. Los aparatos tecnológicos parecen la “encarnación” de la novedad absoluta sólo relativizados por el *imperativo de renovación* que aparece inscrito en ellos mismos. La industria de la información y la comunicación se asemeja a una fábrica constante de novedades, a las que *hay que estar atentos porque cambiarán nuestras vidas*.

Novedad y moda que nos conducen a la imagen del tiempo de la modernidad de Benjamin como “tiempo del Infierno”:

“...no tiene que ver con el hecho de que ocurra “siempre lo mismo”... sino con el hecho de que en la faz de esa desmesurada cabeza llamada tierra precisamente lo que es más nuevo no cambia nunca; que esto “más nuevo” en todas partes sigue siendo lo mismo. Constituye la eternidad del Infierno su búsqueda sádica de innovación. Determinar la totalidad de los rasgos en los que esta “modernidad” imprime su huella significaría representar el Infierno”<sup>32</sup>.

La temporalidad como “lo que es más nuevo no cambia” conduce a la significación imaginaria de un “tiempo homogéneo y vacío”. Temporalidad cuantitativa de los relojes frente al cual los calendarios y las fiestas dan lugar al “tiempo-ahora” del acontecimiento. Un presente que no es transición, sino “conciencia de estar haciendo saltar el continuum de la historia”<sup>33</sup>. El “tiempo-ahora” benjaminiano lejos de ser tiempo homogéneo y vacío es el tiempo-abertura, la pequeña puerta por la que puede entrar el Mesías, El Acontecimiento. La temporalidad del progreso, por el contrario, es un huracán que arrastra irremediabilmente al Angelus Novus de Klee de espaldas hacia el futuro mirando horrorizadamente los restos que se despliegan ante sí<sup>34</sup>. La novedad de la moda como “retorno de lo nuevo, en la forma de la producción masiva del ‘siempre lo mismo’”<sup>35</sup> es el tiempo moderno de la repetición, lo opuesto del tiempo acontecimiento. Las promesas realizadas en nombre de las “nuevas tecnologías” remiten a la “salvación” de un tiempo cuantificado, vacío y homogéneo en el que el mañana es mejor por ser “más” que el hoy. La separación de la *novedad* como repetición de *lo nuevo* como acontecimiento permite la aparición de un futuro como promesa donde experiencia y expectativa aparecen unidas como momentos de un continuum temporal garantizados por la tecnología.

---

<sup>32</sup> W. Benjamin, *Das Passagen Werk*, p. 1011, citado en Buck-Morss, *op. cit.*, p. 113. Cf. J. Bériain, *La integración en las sociedades modernas*, Anthropos, Barcelona, 1996a, pp. 313-355; y “Prólogo” en J. Bériain (comp.), *Las consecuencias perversas de la modernidad*, Anthropos, Barcelona, 1996b., pp. 7 y ss.

<sup>33</sup> W. Benjamin, “Tesis de Filosofía de la historia”, en: *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Madrid, 1973, Tesis 13 a 18.

<sup>34</sup> Cf. ídem, tesis 9.

<sup>35</sup> Benjamin citado en Buck-Morss, p. 403.

Koselleck<sup>36</sup> ha caracterizado la conciencia moderna del tiempo por la creciente diferencia entre el “espacio de experiencia” y el “horizonte de expectativas”. Para Habermas<sup>37</sup> esta diferencia “se agranda cada vez más”. En el discurso público contemporáneo esta “separación” y “diferencia” adquiere una resonancia particular. En ellos los aparatos tecnológicos aparecen como “punto de intersección y mediación” entre una experiencia de novedad y efectividad, por un lado, y un horizonte de promesa y expectativas, por el otro. En esa intersección es posible la espera en su doble contenido etimológico. La *espera*, en el sentido de aguardar, culmina en el surgimiento del nuevo aparato; entonces es posible *esperar*, en el sentido de esperanza, haciendo de las “nuevas tecnologías” una entidad social total. Esa esperanza -en las “nuevas tecnologías”- se presenta como el *afecto*<sup>38</sup> característico que tiende a hacer posible y realizable el *deseo* que despierta la promesa. El camino que culmina en las “nuevas tecnologías” como significación total, va de la experiencia a la promesa, de la espera a la esperanza, y del aparato efectivo a la tecnología como totalidad.

La posición *articular* de las “nuevas tecnologías” en el discurso público, reconocidas como aparatos cotidianos y objetos de esperanza, conlleva la experiencia de su aportación a la solución de los problemas de la vida cotidiana y por eso, se hacen depositarias de una confianza en el provenir inmediato.

Con la creencia en el progreso la modernidad puede considerarse como la época que vive orientada al futuro. Su convicción temporal es que “el futuro ha empezado ya”<sup>39</sup>. Frente a ello, los discursos tecnológicos de hoy afirman que “el futuro está aquí” o lo que es lo mismo: “hoy es futuro”. Y ésta idea implica, a la vez, pérdida de significatividad del futuro abierto y desrealización del presente.

La temporalidad dominante hoy, resulta a la vez de las significaciones de “progreso” e “incertidumbre”<sup>40</sup>. Todo envejece a una velocidad imposible de pensar, se vive en *estado de novedad permanente*. Estado que resulta confluencia de la temporalidad lineal del avance científico tecnológico y de la temporalidad cíclica del consumo y la moda. Así se consagra la significación moderna del tiempo como *período de transición, siempre en camino de lo más nuevo*. Para no confundir habría que decir: lo nuevo banalizado (“lo más nuevo siempre lo mismo” de Benjamin), pues esta novedad no remite a la “acción” tal como lo mostrara Arendt, sino al ámbito de la labor cuya novedad remite a la temporalidad cíclica de la repetición.

Las “nuevas tecnologías” aparecen como el rostro de un nuevo optimismo contemporáneo que, ante la incertidumbre generalizada, se vale de la evaluación “individual” y a “corto plazo” del consumo. A nivel personal la efectividad de los aparatos y, a nivel macrosocial, la efectividad de la “nueva economía” aseguran, en el discurso

---

<sup>36</sup> Cf. Koselleck, *op. cit.*, pp. 342 y ss.

<sup>37</sup> Cf. Habermas, *op. cit.*, 1989, pp. 23-24; Koselleck, *op. cit.*, pp. 21 y ss.

<sup>38</sup> Nos referimos a las tres dimensiones de “lo imaginario”: representaciones, afectos y deseos o intención.

<sup>39</sup> Habermas, 1989, p. 16.

<sup>40</sup> Derivadas de las “consecuencias perversas de la modernidad” (cf. Beriain, 1996b).

público y como si de nuevos *Cándidos* se tratara, que vivimos en “el mejor de los mundos posibles” pero hoy, ahora. Sobre el mañana no se sabe porque sólo cabe la “esperanza”. En este sentido, las expresiones de futuro con relación a productos tecnológicos son parte de *este avance presente que abre hacia la incertidumbre* porque la temporalidad actual dice más de incertidumbre y contingencia que de progreso. Frente a la plenitud del “tiempo-ahora”, el imaginario contemporáneo parece prometer el individualizado y cuantitativo “tiempo-aquí”, tiempo *puntual* de la experiencia cíclica de la promoción y el consumo de las “nuevas tecnologías”.

#### 4.- La matriz imaginaria *escatológica-apocalíptica*.

Los cambios de las significaciones imaginarias de la temporalidad entendidos en su relación con la idea de progreso pueden ser interpretados desde el estudio de los relatos escatológicos apocalípticos judeocristianos<sup>41</sup>. En estos se produce una serie de transformaciones respecto a la espera del acontecimiento salvador desde un esquema temporal “ahora-entonces” y cuyo sujeto es el pueblo elegido, a un esquema espacial e individualista “más acá-más allá”.

En la creencia del progreso, como en la apocalíptica, hay una transformación hacia una individualización del *sujeto* de la espera y de los *afectos* que la acompaña. El sujeto de la idea de progreso durante el siglo XX a pasado de ser una abstracta humanidad a un concreto individuo consumidor. Hoy la espera se parece terminar en la acción de la posesión y uso del objeto tecnológico. La espera se despeja en la aparición del objeto tecnológico y, con él, la “salvación” se realiza en el “aquí y ahora” del consumo. Y si la espera desde la fe en el progreso justificaba el sacrificio personal o generacional desde los objetos tecnológicos la espera culmina en el consumo inmediato y compulsivo de moda y novedad permanente.

El futuro se hace presente en el consumo, termina la espera y se alimenta la esperanza. Y entre espera y esperanza se reinicia el ciclo hacia la novedad: de modelo, prestación o simplemente de color. Y así mientras la historia “progresa” y avanza lineal y rápidamente en los nuevos aparatos, creando una nueva sociedad, la vida cotidiana del *tecnos consumidor* se convierte en un ciclo de esperas y esperanzas, de objetos técnicos poseídos y otros prometidos. Ciclos de pertenencias y de carencias, satisfacción y promesa. Así la espera no comporta el sacrificio del esfuerzo presente por el mañana de felicidad, sino el consumo de lo venido por la tensión expectante de lo que vendrá.

El progreso sigue hablando de futuro pero no un futuro abierto, sino inmediato. Y la vida cotidiana es señalada como espera-expectante para un mañana inmediato de

---

<sup>41</sup> Cf. W. Schmithals, *La apocalíptica. Introducción e Interpretación*, Ega, Bilbao, 1994. Jacques Le Goff, *El orden de la memoria. El tiempo como imaginario*, Ediciones Paidós, España, 1991, pp. 46-86.

consumo. Linealidad positiva del futuro de la historia y circularidad del futuro de la vida cotidiana que “degusta” la realidad de la esperanza. Así, el objeto tecnológico aparece como el resultado de una promesa que se cumple y, con ello, el propio objeto se convierte en garantía de la próxima promesa y de la “autoridad” del prometedor. Ya no es necesario una fe ciega, el objeto tecnológico está allí para ser visto y así creído. En el discurso de las nuevas tecnologías, literalmente, hay que “ver para creer”: ver los objetos tecnológicos para creer en la tecnología como totalidad imaginaria social. Las significaciones imaginarias conllevan una doble promesa. La explícita que se refiere a los aparatos posibles en un tiempo determinado; y la implícita, referida a la “tecnología” como imaginario social. La promesa explícita es la *imagen* de la promesa implícita y ésta es la que abre el espacio de representabilidad y funcionamiento para que los aparatos sean posibles socialmente.

La promesa estimula la imaginación, invoca la espera-esperanza e invita al optimismo. Así la promesa es, ante todo, una *regla de funcionamiento y una condición de posibilidad* que hace que las “nuevas tecnologías” sean *representables y pensables* y con ello, posibles socialmente. En este sentido, no consideramos a la apocalíptica como un antecedente histórico, sino como imaginario social, esto es, una matriz antropológica de las “nuevas tecnologías”. Esta matriz nos permite pensar las significaciones imaginarias de las “nuevas tecnologías” como *condiciones de existencia social* de los aparatos tecnológicos.

##### 5.- La matriz imaginaria *mágica-advinatoria*.

La relación entre escatología apocalíptica y tecnología podría parecer meramente ocasional. Esta aparente ocasionalidad nos obliga a volvernos hacia el momento del magma histórico, donde profecía, apocalíptica y técnica se emparentaban con un mismo fenómeno: la magia.

El discurso profético judeocristiano tiene sus antecedentes en la “adivinación” y la “magia”<sup>42</sup> como práctica extendida en gran parte de los pueblos antiguos. Adivinación y magia son dos de los aspectos que se relacionan en el profetismo judío<sup>43</sup>. De manera que, por ejemplo, uno de los modos de distinguir al auténtico profeta de Dios es el demostrar con acciones concretas que la divinidad está con él.

---

<sup>42</sup> Cf. José Luis Sicré, *Profetismo de Israel*, Verbo Divino, España, 1996, pp. 25-65. Marcel Mauss, *Sociología y antropología*, Ed. Técnos, Madrid, 1991, pp. 45-152.

<sup>43</sup> Estas relaciones no se oponen al juicio de Weber (con el que acordamos) al respecto “el judaísmo tuvo también una importancia decisiva para el capitalismo racional moderno, en cuanto lego al cristianismo su hostilidad hacia la magia.” La importancia de las “grandes profecías racionales” como le llama ha sido “impregnar la vida con el racionalismo (...) Las profecías han roto el encanto mágico del mundo creando el fundamento para nuestra ciencia moderna, para la técnica y el capitalismo”. Ver *Historia Económica General*, FCE, México, 1956, pp. 295-309.

La técnica también se emparenta con la magia. Ambas, magia y técnica, aunque atribuidas a diferentes fuentes de poder son acciones eficaces. Técnica y magia eran trabajos eficaces del hombre: la técnica para resolver necesidades, la magia para esperar imaginativamente. En el decir de Marcel Mauss

“posiblemente no hay un sólo fin que las artes y las industrias hayan intentado, que no lo haya intentado también la magia. Encaminadas hacia un mismo fin, se asocian naturalmente y es constante su unión”<sup>44</sup>.

Para Mumford<sup>45</sup> fueron las prácticas de la magia medieval las que aportaron los hábitos de sistematicidad y experimentación necesarios para el desarrollo de la técnica moderna. En ese sentido, el papel de la magia fue el de hacer de puente entre la fantasía y la técnica.

Pero no es la relación de causalidad histórica la que nos lleva hacia esta consideración. Hasta hace muy poco las técnicas mostraban la eficacia mecánica de sus acciones, a través del movimiento de sus partes y de la efectividad física de su obra. La coordinación de gestos corporales, máquinas en movimiento y agentes físicos, hacían visible las relaciones causa-efecto de la eficacia técnica. Los productos de la acción eran homogéneos a los medios empleados. Todo lo contrario de la magia donde la eficacia y la relación entre las acciones y sus resultados son, como afirma Mauss, “sui generis”. Hoy las “nuevas tecnologías de la información y la comunicación” tienen una eficacia que, en el nivel del saber del usuario, implican la percepción de una imposibilidad de comprensión de sus mecanismos. La “metáfora”<sup>46</sup> se convierte, entonces, en la mejor manera de salvar esta distancia de modo que el problema de la homogeneidad entre acción y resultado queda reservada, nuevamente, al ámbito de la creencia tecnológica.

La creencia tecnológica ocupa un lugar especial ya que cubre la brecha, cada vez más profunda, entre la *complejidad del saber de producción* tecnológica y la *simplicidad del saber de uso*. Entre ellos sólo es posible el puente de la imaginación y la confianza. La eficacia invisible de las “nuevas tecnologías” la convierte, para el simple usuario, en “magia”<sup>47</sup> y a sus aparatos en “maravillas”.

---

<sup>44</sup> M. Mauss, *Sociología y Antropología*, Tecnos, Madrid, 1991, p. 51.

<sup>45</sup> Lewis Mumford, *Técnica y Civilización*, Alianza Editorial, Madrid, 1998, p. 55.

<sup>46</sup> Un ejemplo: la “interface gráfica” que ha sido un elemento fundamental en la aceptación masiva de la computadora personal. Cf. Negroponte, *op. cit.*, pp. 106-107.

<sup>47</sup> De allí la expresión popular “¡parece magia!” con la cual se manifiesta la sorpresa ante la efectividad invisible e inexplicable de los aparatos.