

ALIA

Revista de Estudios Transversales
Número 8 07/2019

*Mosè Cometta** **Facebook, Twitter, l'economia privata
e il bene comune** p. 2

*Marco Marian** **Günter Anders y la alteración
de la realidad** p. 7

*Alejandro Villamor Iglesias** **La experiencia
de la locura según Michel Foucault:
Enfermedad mental y personalidad, Historia
de la locura y el Nacimiento de la clínica** p. 13

*Ignacio Marcio Cid** **Una antigua vis(i)ta a la gramática
de saber en Wittgenstein: creencias
en juego y verdades a desmano** p. 35

Atti del Festival del territorio *Arogno, 20.06.2015* p. 54

*Massimo Cattaneo** **Ticino: il punto di vista
di un architetto** p. 56

*Claudio Ferrata** **Il territorio visto dal basso** p. 59



Marco Marian*

Günter Anders y la alteración de la realidad

ABSTRACT

Ha llegado el momento para la filosofía occidental de reflexionar sobre los efectos provocados por la invasión técnica que tuvo inicio en el siglo XIX. ¿Qué representa la técnica hoy? ¿Quién es el ser humano después de la invasión de los elementos técnicos en su vida? Mi investigación analizará la relación entre individuo y los medios técnicos bajo un punto de vista crítico. En el primer volumen de la *Obsolescencia del Hombre*, Günter Anders revela el nuevo peligro tecnológico. Su obra conecta teoría y praxis, colocando entre paréntesis la vía contemplativa de la filosofía y privilegiando un pensamiento conectado con un posible cambio para la existencia de la humanidad dado por la toma de conciencia del problema técnico.

KEYWORDS

técnica / libertad / mass media / hiperrealidad / control

La filosofía de Günther Anders quiere enseñarnos unos fragmentos característicos del día de hoy a partir de hechos singulares y ocasionales. La escritura de Anders se puede definir como práctica y coherente con una praxis interior de su pensamiento y de su crítica que muestra de lo que habla y escribe sobre lo que se puede ver. Lo que Anders describe son rostros, cuerpos, gestos, comportamientos, acciones donde el sentido apocalíptico de sus análisis se expresan. En la degradación de un rostro es posible percibir la degradación de una era entera. En el primer volumen de *La obsolescencia del hombre*¹ ya es posible notar cómo lo visible y lo superficial expresan un sentido de invisibilidad y profundidad significativos. El retrato descrito por Anders durante los años de la Guerra Fría y de la recuperación económica sería imposible sin la descripción del *make-up* de las chicas, o del *sex appeal* de lo inorgánico que reducen los cuerpos a objetos manipulables.

* Marco Marian dispone del grado y master en filosofía obtenidos en la Universidad de Padua, Italia; es doctor en filosofía por la Universidad de Santiago de Compostel y actualmente trabaja como investigador colaborador con el centro CEPS de la Universidade do Minho, Portugal. Ha publicado los libros *De una teoría crítica de la sociedad a una teoría crítica digital* (Aracne Editrice, Roma) e *Il dovere di essere se stessi* (Editorial Académica Española, Riga).

¹ ANDERS G., *La obsolescencia del hombre (Volumen I). Sobre el alma en la época de la segunda revolución industrial*, Valencia: Pre-Textos, 2011.

Anders desvela la prometeica vergüenza del ser humano por haber perdido el control sobre sus artefactos y su capacidad de prever los efectos de su producción. Los aparatos técnicos, constituyendo un sistema autónomo, superan al ser humano, alejándose de él.

El individuo no se avergüenza de las graves consecuencias de su manipulación artificial de la naturaleza, al contrario se avergüenza de no ser un objeto, de no ser perfecto como una máquina, un clon, como desean los profesionales de la *human engineering* y de la genética². El ser humano llega a la paradigmática, irracional e impresionante conclusión de desear ser un objeto.

El individuo de la sociedad tecnológica, encontrándose subordinado a las máquinas creadas por él, se encuentra en una situación de sujeción y vergüenza al mismo tiempo. Los productos mecánicos, cada vez más eficaces, lo convierten en algo anticuado. La perfección de la máquina deriva de su capacidad de reproducibilidad en serie y de su potencial para la inmortalidad, dones que al ser humano no están concedidos. El individuo, frente a la perfección mecánica se considera inferior en cuanto tiene necesidades humanas como el descansar, comer, divertirse o distraerse, que en la era técnica se consideran defectos. En la sociedad industrial la máquina se erige como motor de la vida social del individuo. La vergüenza prometeica sobrepasa el estadio de la reificación en cuanto el ser humano reconoce la superioridad de las cosas sobre él.

La primera razón de esta superioridad puede ser encontrada en la fase de producción de las máquinas compuesta por una multitud de actos individuales que no dejan traza. La segunda causa puede ser representada por el hecho de que el ser humano siendo algo orgánico no es reparable, y entonces es deteriorable, al contrario que la máquina, la cual tiene la posibilidad de ser sustituida y reparada. Los individuos así se ilusionan con vivir cómodamente en el tiempo de la técnica, un tiempo repetitivo, neutral, automático y estéril. La era de la técnica para completar su desarrollo tiene la necesidad de crear una realidad propia, distinta de la original en la medida en la que su sistema quiere ser omnipresente como superestructura física y metafísica.

El medio técnico por excelencia, responsable de empezar este camino, y que vive en la cotidianidad de los individuos es la televisión, se establece como el símbolo de la nueva era, representante de la avanzada fase de la cultura de masas.

Günther Anders ha sido un verdadero fisionomista del medio televisivo y del apocalipsis aportado por él; nadie como Anders ha sido capaz de describir su efecto desrealizante.

La televisión para Anders representa un camino sin vuelta atrás para una humanidad que se encuentra al borde del precipicio. En principio, el público tenía la posibilidad de reunirse en un lugar para asistir a un espectáculo, como por ejemplo el cine, compartiendo de una cierta forma su tiempo y sus emociones. Con la televisión esto ya no ocurre; el carácter doméstico de este medio lleva consigo la pérdida de lo que quedaba de la capacidad emocional colectiva de los seres humanos.³

El objetivo primario de la televisión es el consumo de sus contenidos por parte del individuo de masas. Este medio ha sido responsable de transformar el mundo del consumo desde una dimensión colectiva a una más íntima, encargándose de hacer consumir sus productos al individuo directamente desde su casa. El individuo que recibe estos productos se aparta de lo real, ilusionándose

2 *Ibidem*, p. 51.

3 *Ibidem*, p. 109.

sobre su singularidad, a partir de la posibilidad de contemplar el universo de su salón. Este mundo a domicilio sin embargo es un fantasma del original, una reproducción artificial. Cada consumidor, afirma Anders, se convierte en un trabajador no asalariado, que contribuye a la formación del individuo de masas. El desempleado o el trabajador en su tiempo libre siguen participando en el proceso de producción de una forma totalmente nueva, por un lado consumiendo el producto del medio televisivo, y por el otro a través del consumo, siendo modelados por este.

El sujeto coopera constantemente en la producción del individuo de masas y en el consumo de los productos de los medios de comunicación. Prácticamente, el consumidor paga para venderse, para ser cosificado. Este proceso, deseado por el sistema técnico, incrementa el anhelo del consumidor de integrarse en la máquina, de ser parte de su proceso, reduciéndose, de forma voluntaria y conformista, a ser un engranaje del sistema productivo. La familiarización creada por el *medium* con el mundo a domicilio, crea el fenómeno de la alienación del individuo del mundo. El individuo pierde su relación auténtica con el mundo, y contemporáneamente se pierde a sí mismo, su individualidad.

El gradual extrañamiento de la realidad, operado por los *mass-media*, produce un constante acomodamiento a vivir en la alucinación, hasta llegar, por parte de los espectadores, a tutear a los personajes televisivos y cinematográficos, a participar con pasión en la vida de la *fiction*, empezando a considerar la realidad cómo algo extraño y hostil. La creación del ermitaño de masas es la consecuencia del acercamiento del mundo exterior al interior. El ermitaño de masas es el que consume de forma privada los productos masivos del medio televisivo y radiofónico; es el producto de la masificación de las singularidades, es un sujeto esquizofrénico y desrealizado⁴.

Este individuo pierde su locuacidad, se convierte en sujeto obediente, subordinado, sin argumentos.

Ya no son indispensables las grandes concentraciones de masas de las dictaduras para anular la esfera racional del sujeto. A través de la dimensión individual del consumo, el proceso de condicionamiento ocurre dejando una aparente libertad de elección. El medio deja la ilusión de una vida privada aparente cuando en realidad el mundo doméstico está totalmente invadido por imágenes predirigidas. Cada producto mediático actúa con una función de adoctrinamiento unidireccional sobre el sujeto, prescribiéndole cómo sentirse o lo que decir, actuando sobre su intencionalidad e intentando eliminar la esfera de su pensamiento individual. Cada ermitaño de masas escucha, piensa, compra y habla de las mismas cosas, olvidándose de la originalidad y de la potencialidad emancipadora del evento creativo, siendo englobado en la ética del medio técnico. Estamos frente a una fase de deshumanización del ser humano, se trata de una situación límite de su experiencia. El vivir en una realidad hiper mediatizada se convierte en deseo por parte de los telespectadores, que eligiendo el medio técnico como modelo hacen posible el dominio de las copias y de las matrices sobre el comportamiento humano.

La televisión determina únicamente, bajo la visión del autor, una pérdida; pérdida de realidad, de experiencia, de inteligencia, de sensibilidad, de comprensión, de crítica y de acción. Esta pérdida se esconde a sí misma, vendiéndose como una adquisición de realidad y de experiencia, produciendo una conversión del ser en fantasma.

4 Cfr. *Ibidem*, p. 110.

Los espectadores pierden la relación originaria y directa con el mundo, mediada por el medio de reproducción masivo, nutriéndose, como afirma el autor, de fantasmas.

Viene a perderse la distancia entre espectador y lo que se transmite, aumentando la extrañamiento. Anders remarca como el individuo está cada vez más determinado por el *medium* técnico y por su moral antihumana en la medida en que ahora es el fantasma del mundo el que garantiza la existencia de la realidad; es el *medium* la matriz que la modela. La televisión da forma a la realidad a su imagen y semejanza, alienando a los espectadores a través de un bombardeo de imágenes que acaban por fabricar el mundo en el que ellos viven. La verdadera función de los *mass media* es en realidad la de configurar al individuo como consumidor y mercancía a través de esta imposición del mundo exterior sobre el mundo interior. Ya no sirve la exploración directa de la realidad por parte del ser humano, la experiencia deviene algo anticuado.

La sustitución de la experiencia con la experiencia en directo es un ejemplo de la falsedad y de la transformación operadas por el *medium*. El espectador cree estar viviendo momentos auténticos, no anteriormente grabados y confeccionados; pero al mismo tiempo aquello que cree auténtico en realidad forma parte de un proceso de organización previo, que no es ni libre ni espontáneo, sino calculado y programado, dotado sobre todo de censura. El fantasma del mundo se desarrolla con la creación de la realidad a través de las imágenes.

Las características del fantasma son las de no estar ni cercano ni lejano, estando ausente y presente de la misma forma; su estatuto ontológico es la ambivalencia, la coexistencia de los opuestos; un parricidio contra Parménides.

Anders ve entonces a la radio y a la televisión como peligros, en cuanto creadoras de un universo alienante nuevo. Lo que estos medios de reproducibilidad masiva transmiten confieren al elemento real un estatuto de apariencia, donde imagen y realidad se juntan sin distinciones. El universo de lo real se convierte así en pseudoreal, en un fantasma de sí mismo, como descrito en las obras de Jean Baudrillard. Anders anticipa la noción de código de Baudrillard, denominándolo "matriz" prospectando la intrusión de esquemas fijos responsables de forjar el mundo⁵.

La matriz opera sobre todo en dirección a satisfacer las necesidades, contribuyendo a crearlas. Esta actúa sobre la sensibilidad y las cualidades morales de los seres humanos modelando sus individualidades para que no se alejen del proceso mediático. La inducción al consumo, consume al individuo, que se encuentra dependiente del universo de los objetos que posee, o mejor dicho, que le poseen.

La imagen producida por la televisión (sobre todo por aquella digital) es además algo nuevo, especial; es una imagen super real (podemos pensar a la televisión en H.D.).

No aparece la idea de simulacro de Baudrillard pero se acerca, en la medida en la que el mundo de la televisión está hecho por códigos prefabricados con el fin de fabricar un mundo estereotipado. La realidad pasa a estar cada vez más desrealizada y falsificada, en cuanto es sustituida sistemáticamente por imágenes más verdaderas que la realidad, las cuales hiper realizándola, la desrealizan. La realidad en comparación a la representada por la H. D. queda obsoleta, anticuada. La vieja distinción entre verdadero/falso, real/irreal, verdad/mentira desaparece. La imagen entonces no es sólo culpable de transformar el mundo en

5 Cfr. *Ibidem*, p. 146.

fantasma, sino de producirlo, formarlo y generarlo a través de ella y para ella. Se produce una inversión, en la cual ya no es la imagen la que persigue el mundo para copiarlo y reproducirlo, sino que es el mundo el que mira a la imagen para copiarla e imitarla, para transformarse en esta y poder reconocerse.

La copia es el elemento original en el cual se inspira el mundo real; la reproducción se convierte en el fundamento de la realidad, de lo original.

Anticipando el crimen perfecto de Baudrillard, Anders intuye cómo hiperrealizando el mundo la televisión puede hacerlo desaparecer. El tipo de mundo perfecto para la realidad falsificada es aquel que se presta más a ser reproducido para poder ser consumido por el espectador. La televisión a la que se refiere Anders es antes la americana y después la europea de los años cuarenta y cincuenta, del siglo XX durante la Guerra Fría y es la que manipula los acontecimientos para usarlos como contenido de las transmisiones; si hay espacio para la realidad original entonces es sólo para que pueda ser usada por sus copias.

La paradoja de esta matriz es la que creando el mundo al mismo tiempo lo hace desaparecer. Esto recuerda de cerca la paradoja expresada por la “dialéctica del iluminismo”, donde el progreso y la promesa de libertad de los nuevos medios de comunicación de masas en realidad se convierten en un regreso y en una jaula donde acaban viviendo los individuos de masas de la industria cultural. El mundo visto bajo la mirada técnica tiene valor en cuanto mercancía y responde únicamente a la ciega lógica de la industria y del progreso.

También en Anders ha sido invertida la relación sujeto-objeto, en cuanto no solo el mundo ha sido transformado en mercancía sino también su creador, el sujeto con la distinción de que aquí el sujeto desea tal cosificación.

El hecho de que la prueba de que este mundo es real sea dada por algo artificialmente construido por la matriz confirma el predominio de la irracionalidad de la razón en la era técnica, propio como para los exponentes de la Escuela de Frankfurt. Es posible entonces hablar de irracionalidad de la técnica, de dialéctica de la técnica, para poder actualizar a nuestro tiempo el proceso de análisis del elemento tecnológico. Y como para los frankfurtianos y para el filósofo francés Jacques Ellul, la ética del elemento tecnológico individuada por Anders consiste en que todo lo que no sea perteneciente a su sistema tenga que ser eliminado o englobado.

Ya no existe una realidad que no sea compatible con el mundo televisivo y si existe tiene que ser mediatizada y convertida en hiper realidad. Para Anders como para Jacques Ellul, no somos libres de elegir el uso que darle a la técnica; es esta la que dispone de los seres humanos y muta la forma y el significado de sus ocupaciones.⁶

Estamos frente a una inversión irreparable, que no tiene vuelta atrás, entre realidad y ficción, entre original y copia, modelo y reproducción. El mundo, como para los situacionistas, se transforma en el espectáculo de la propia existencia. Ya no es posible para Anders distinguir donde acaba la realidad y empieza la ficción; este confín ha sido borrado; podemos afirmar que la idea de simulacro de Baudrillard aquí ya está presente. Vivir una existencia totalmente absorbida por las imágenes es el primer objetivo del *medium* televisivo, en cuanto el individuo no tiene que ser libre de vivir fuera de la alucinación creada por este. Como en la caverna de Platón, el ser humano comprende la realidad a través de las imágenes de las sombras reflejadas y proyectadas en la pared, no teniendo ninguna experiencia directa con esta. El sistema de las imágenes induce a los individuos

6 Cfr. G. ANDERS, *Il mondo dopo l'uomo*, Mimesis, Milano, 2008, p. 8.

a la pura contemplación de un mundo que no existe. La técnica inherente a la imagen mediática tiene un efecto narcótico y anestésico sobre sus espectadores, siempre más acostumbrados a consumir, contemplando un mundo imaginario. Los medios de comunicación de masas plasman lo mismo a sus clientes de cualquier forma y uso que estos quisieran darle. Son los medios mismos y no solo las imágenes y sus contenidos los que modelan el comportamiento humano.

Estos no son simplemente medios, sino verdaderas individualidades que plasman a los seres humanos y sus relaciones con el mundo en conformidad con el imperativo técnico.

El modelo comportamental inducido por el *medium* se avala también con la contribución de las modernas ciencias cognitivas. Es conocido el uso de técnicas que vienen de la psicología por los expertos de marketing. La ciencia se ve totalmente absorbida en objetivo mediático mirando siempre más de penetrar en la esfera privada del individuo, evaluando su existencia como un estado de necesidad. Los medios de comunicación actúan como un terrorismo mediático silencioso, líquido, que pasa por cualquiera grieta, evaporándose en el aire y creando una atmósfera propia, embriagando a los individuos y seduciéndolos con su poder. El hecho preocupante está representado por la incapacidad de percibir la falta de libertad y la alienación. El individuo puede crear su mundo, pero sin darse cuenta del precio que tiene que pagar. La técnica permite esta ilusión, acabando por someter al ser humano a su proceso de fabricación. La imagen, formando un universo artificial, llega también a la formación artificial del individuo que vale solo en cuanto producto. Anders espera una salida, una capacidad por parte de los seres humanos de infringir los límites de la desrealización, intentando recuperar la conciencia, la imaginación y el sentimiento. Detrás de la desesperación de Anders se esconde la esperanza de un despertar de la humanidad con el fin de destruir el *medium*.⁷

Para el autor un principio de solución a la alienación mediática consiste en destruir la televisión y los medios de comunicación de masas con el fin de recuperar al individuo y su independencia. El despertar de esta situación de esclavitud voluntaria por parte del individuo incluye no solo la toma de conciencia de las cadenas puestas por el *medium* sino también la *praxis* de la destrucción de estos medios. Las máquinas para Anders tienen que ser saboteadas, destruidas, desrealizadas en contra de todo el progreso como para los luditas.

Pero a diferencia de estos, ya no se trata de una lucha del artesano en contra de la producción de la fábrica, o del obrero en contra de las máquinas, sino de una lucha de toda la humanidad en contra de la desrealización, global y capilar, que se encuentra en la bomba atómica y en la televisión de casa y en el inmenso consumo de imágenes fabricadas industrialmente en escala mundial. El análisis de Anders es anticipador del mundo en el que vivimos, desvela el proceso de engaño técnico y el nuevo tipo de alienación aportado por la tecnología y su ética. Internet y los ordenadores van con el tiempo sustituyendo a la televisión que, sin embargo, sigue existiendo y va renovándose. El mundo a domicilio es algo normal, ha traspasado a la cotidianidad de los seres humanos que ya no se plantean este problema. Por eso el mensaje de Anders es fundamental para poder despertar a las pocas individualidades que han quedado críticas con respecto a este mundo prefabricado y que no quieren vivir una existencia pre confeccionada, sino vivir lo más posible de forma auténtica y libre.

7 Cfr. *Ibidem*, p. 262.

ALIA

Revista de Estudios Transversales

Barcelona, julio 2019

Asociación de Apertura Crítica

ISSN: 2014-203X