



Revista Austral de Ciencias Sociales

ISSN: 0717-3202

revistaustral@uach.cl

Universidad Austral de Chile  
Chile

Pelegrini, Milton

Lo efímero, el olvido y el vacío en las realidades de los medios

Revista Austral de Ciencias Sociales, núm. 22, 2012, pp. 115-124

Universidad Austral de Chile

Valdivia, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=45929109007>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# Lo efímero, el olvido y el vacío en las realidades de los medios\*

The ephemeral, forgetfulness and emptiness in the realities of the media

MILTON PELEGRIINI\*\*

## Resumen

El siguiente trabajo aborda la crisis de sentido en la cultura impuesta por los medios de comunicación hegemónicos. A través del reconocimiento de la finitud del hombre, la cultura es concebida como una "segunda realidad" en que se construyen las temporalidades que otorgan sentido a la presencia humana en el mundo. Esta se vincula con los conceptos de

memoria y comunicación, mecanismos de un mismo proceso de preservación cultural. De este modo, se contrasta la vinculación entre el ser humano y el tiempo, desde la perspectiva de la cultura, con la lógica de la "realidad" mediática, centrada en el capital, la generación de teleaudiencias y el consumo. El trabajo denuncia los procesos de reconfiguración de la sociedad en base a los sistemas tecnológicos de mediación que promueven el vaciamiento del sentido de lo humano, hacia la "realidad" concebida por el mercado.

**Palabras clave:** cultura de los medios, memoria, mass media, tecnología, iluminismo.

## Abstract

The following paper deals with the crisis of meaning in culture imposed by media hegemony. Through the recognition of the finite characteristics of the human being, culture is conceived as a "second reality" in which the temporalities that give meaning to human presence in the world are constructed. This is linked to the concepts of memory and communication mechanisms of the same process of cultural preservation. In this manner, it contrasts the link between the human being and time, from the perspective of culture with the logic of "reality" media, centered on resources, on the generation of TV audiences and consumption. This paper reports on the process of reconfiguration of society on the basis of the mediation of the technological systems that promote the leakage of the sense of humanity towards the "reality" conceived by the market.

\* Una primera versión de este texto fue presentada en la conferencia "La producción de lo efímero y los sentidos del vacío en las realidades mediáticas", realizada el 12 de noviembre de 2012. La actividad fue realizada por la Escuela de Graduados de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad Austral de Chile, en el marco del Protocolo de Cooperación entre la Universidad Paulista de Brasil y la Universidad Austral de Chile".

\*\* Periodista, Doctor en Comunicación y Semiótica. Profesor titular en el Programa de Magíster y Doctorado en Comunicación en la Universidad Paulista y Profesor Adjunto en el Departamento de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de São Paulo. Rua Monte Alegre 984 Sala 39CA. Perdizes 05014- 001. São Paulo, SP – Brasil. E-mail: prof.pelegrini@gmail.com

**Key words:** media culture, memory, mass media, technology, Iluminism.

## Preguntas iniciales

Mi intención es tratar una temática que paulatinamente – y de modo significativo – se ha instaurado en las discusiones en el campo de la Comunicación, y cuyo foco de análisis se concentra en el protagonismo que actualmente asumen los medios en nuestro entorno social. Lo anterior bajo el contexto del desarrollo tecnológico de la telemática.

Aunque hasta hoy no contemos con respuestas definitivas, nace la necesidad de plantear ciertas reflexiones, por lo que a continuación quisiera proponer algunas de ellas:

*¿Cómo una cultura producida a partir de los medios electrónicos nos impacta directamente?*

*¿Qué sentido produce dicha cultura en nuestra comprensión acerca del mundo, de las cosas del mundo?*

*¿Hablamos de lo mismo cuando pensamos en cultura y cultura mediática?*

*¿La realidad mediática es efectivamente la realidad?*

De esta manera, nos queda un espectro cuya amplitud da cabida a variadas reflexiones y especulaciones. A este respecto espero desarrollar una propuesta crítica, que ciertamente contendrá un agudo contraste con algunas “verdades” mediáticamente impuestas acerca del uso “redentor” de la tecnología para la cultura.

La primera reflexión trata fundamentalmente sobre el concepto de cultura. Finalmente, ¿qué es cultura y cuál es su papel e importancia para nuestras vidas? Hubo un instante en la

historia humana en el cual nuestra conciencia acerca del mundo se construyó a raíz del terrible descubrimiento de nuestra propia finitud. Así, el amoldamiento de nuestra conciencia se fue cristalizando al conocer, desde entonces, nuestra finitud, nuestra muerte a partir de la muerte del otro. Es una realidad tan intensa que de ella no se puede hacer otra cosa, sino imaginar, como dijo el teórico alemán Dietmar Kamper (2002). Imaginando y creando imágenes, fuimos lapidando un mundo de imágenes productoras de sentido para la vida. Sentidos que asumen, que modifican, que niegan, que explican y que nos hacen creer que somos ora señores y ora esclavos de nuestras propias conciencias.

Paradójicamente, esa finitud es una realidad intensamente presente y a la vez intangible como experiencia personal, pues nunca viviremos nuestra propia muerte. Cuando suceda no podremos experimentarla para saber qué es, o cómo es sentirla.

Todavía es relativamente sencillo imaginar lo insoportable de vivir cada momento a la espera de la muerte para nunca presenciarla. El tiempo presente nos es dado por esta realidad intangible e insoportable, y por ello inventamos otros conceptos para la temporalidad. Entonces observamos los ciclos de los mares y ríos, de las estaciones, de la noche y del día, del nacimiento, del crecimiento y de la muerte, e inventamos los tiempos pasados y futuros a esa presencia, a ese presente. Inventamos el futuro cuando prospectamos el tiempo que todavía llegará, imaginamos cómo estaremos en él, creamos proyectos, escenarios y seguimos vinculados al presente, re-alineándolo para lograr con éxito los ideales propuestos.

El semiótico checo Iván Bystrina (1990),

determina que la cultura empieza con nuestra conciencia de la muerte. Es a partir de esta conciencia que creamos una “Segunda Realidad”, realidad simbólica con otras temporalidades, donde la finitud – la muerte – no es sino una presencia simbólica que podemos escamotear permanentemente. En esta “Segunda Realidad” la muerte existe sólo de manera simbólica, pues se trata de un ambiente de producción y de preservación de los sentidos que damos para la vida. Dicho ambiente recibe el nombre de cultura.

Por medio de la cultura imaginamos nuestra historia, lo que somos, de dónde venimos, para luego dar curso al qué seremos y para dónde vamos. Estamos atrapados por el cuerpo al tiempo de la presencia, pero por el espíritu imaginativo creamos la eternidad y congelamos el tiempo. En resumen, creamos y preservamos sentidos, entretanto seguimos esperando la muerte. Vilém Flusser (2008) afirmaba que la realidad es todo lo que encontramos en nuestra trayectoria hacia la muerte. Entonces, vivimos y atribuimos sentidos para la realidad, antes que la naturaleza nos la quite.

La cultura es un ambiente creado en pos de la preservación de sentidos durante nuestro “estar” en el mundo, y en contra del transcurso del tiempo. Luchamos contra la no permanencia, siendo ésta una condición que la naturaleza nos impone. Por lo tanto, la cultura es un ambiente de producción y preservación del sentido que creamos para enfrentar a nuestra conciencia respecto de nuestra propia efimeridad. Un ambiente de permanencia simbólica es creado por el hombre, y es por esto una “Segunda Realidad”.

Son nuestras armas simbólicas las que ponemos

en curso para garantizar que venceremos la no permanencia en el mundo. Y ¿cómo hacemos esto? Creamos otras temporalidades que nos permiten salir del juego del presente. Es decir, creamos tiempos hacia atrás y tiempos hacia adelante, tiempos en paralelo, o simplemente los suprimimos simbólicamente. El tiempo hacia atrás lo llamamos historia y casi siempre tiene el sentido de explicarnos quiénes somos. En el tiempo hacia adelante construimos proyectos y seguimos hasta lo que llamamos futuro. El tiempo en paralelo, lo podemos llamar tiempo compartido, de los vínculos sociales. Son tiempos sincronizados, distintos a los tiempos individuales. Es el tiempo común, como el que estamos viviendo en este preciso momento. Así, como resultado de todas las temporalidades previamente descritas, producimos nuestra memoria, entendiendo a esta última como un guión que nos permite vivir en esos tiempos.

Desde hace miles de años, la memoria ha sido el principal instrumento de distribución de contenidos para legitimar cualquier historia social. Lo que podría ser entendida como memoria colectiva era la legitimidad del proceso comunicativo de preservación, fundada en las historias vividas y compartidas como bases no documentales. La unión de los miembros de los grupos sociales era normalizada por reglas no escritas, y para su preservación, era necesario el mantenimiento colectivo y periódico de dichos contenidos.

Los rituales ejemplificaban esta función, al legitimar los hechos periódicamente. Esto significaba la actualización interpretativa de una historia, (re)contextualizándola cada vez que estos registros fuesen evocados para explicar un momento histórico. La memoria colectiva representaba un legado habitual de la comunicación, de ahí su importancia para

la comprensión de cómo la cultura activa mecanismos para la preservación, y una lógica de la estancia para hacer frente a la inevitable tendencia a la finitud que somete, inexorablemente, la condición humana. De esta manera, a partir de nuestra memoria podemos considerar lo que entendemos por historia. Para la memoria futura, podemos considerar los escenarios y proyectos (individuales y colectivos). Para la memoria en paralelo podemos considerar la imaginación colectiva y la conciencia (colectiva e individual) acerca del tiempo presente. También podemos considerar que, muy probablemente, es en la conciencia de esta temporalidad donde está nuestra conciencia de la finitud. Por lo tanto – utilizando las palabras de Walter Benjamin (1980) – es esta conciencia la que nos torna sujetos de la historia, de nuestra historia, de aquella que construimos colectivamente.

Si cultura es un ambiente de preservación de sentidos, son estos sentidos que producirán la memoria. Así, cultura es sinónimo de memoria (individual y colectiva). Por tanto, nos podemos preguntar ¿dónde está constituida esta memoria? La memoria está en todas las cosas a las cuales otorgamos sentido y atribuimos una valoración simbólica, con el fin último de explicar lo que entendemos acerca de la realidad del mundo. Por lo tanto, la memoria no está en nosotros solamente, sino también está por fuera de nuestros cuerpos, está en lo extra-orgánico. La memoria forma parte de una Segunda Realidad. Como ha dicho Bystrina o como afirma el pensador Edgar Morin (1999), se encuentra en una Segunda Naturaleza. Ambas son conceptos considerados como ambientes simbólicos, dotados de sentidos. Nos toca vivir entonces en estos ambientes para preservar dichos sentidos. Así, seguimos viviendo.

Y, ¿cómo los preservamos? Entre otras cosas, mediando estos sentidos con el mundo. Entre la luz del día y lo oscuro de la noche percibimos un ciclo. Así pues, la luz, lo oscuro y el ciclo (temporalidad) adoptan diferentes sentidos. Todas las cosas que encontramos por delante son dotadas de sentido, aprendemos a codificar y decodificar los sentidos de las cosas. Decodificamos sentidos que nos fueron dados por los que vivieron antes que nosotros y codificamos nuevos sentidos para los que vivirán después de nosotros.

Al acto de codificar y decodificar lo denominamos comunicación. Por lo tanto, para mi reflexión y especulación, cultura es igual a memoria, que es igual a comunicación. De esta manera, comunicar es un acto de vinculación, de preservación y de compartir (o colaborar) con este ambiente simbólico al que llamamos de cultura.

Dicha acción la hemos ejecutado desde tiempos inmemoriales y, ¿para qué? para tener respuestas frente al drama existencial del hombre y “la certeza de la muerte”, lo que Vilém Flusser (2008) denominaba “el núcleo de todas las certezas humanas”. Al mismo respecto, Edgar Morín (1999) nos presenta ese drama existencial como una paradoja: “mantenemos en nosotros, simultáneamente, la conciencia de la vacuidad del mundo, y de la plenitud que nos propicia la vida cuando puede, o cuando quiere”. La cultura, la memoria y la comunicación nos permiten llenar este vacío de sentido original que nos condiciona en el mundo. Producimos ambientes que preservan sentidos y que construyen vínculos comunicacionales con nosotros mismos (como cuando soñamos, o recordamos) entre nosotros, a la alteridad y con el otro.

Este es el sentido que la cultura nos imprime, siempre en el movimiento hacia el otro, dentro de un ambiente simbólico compartido, comulgada (del concepto de comunión) por todos los miembros de los grupos sociales. Este es, fundamentalmente, el rasgo distintivo de aquello que considero cultura.

### Sobre el Tiempo

De todos los animales que se apropián del espacio para comunicar, sólo el hombre se vincula con el tiempo. El tiempo es su conciencia de la muerte, de la finitud, de la no permanencia en el mundo y en contra la cual creamos la cultura que erigió aquellos tiempos precedentes (mitos fundadores), aquellos tiempos porvenir (tiempo de las ideologías) y aquellos tiempos sin tiempo (tiempo de las utopías y de las teologías).

El tiempo lineal en el que hoy consideramos existir, es fruto del Iluminismo. Es fruto de un estado de conciencia del hombre, que nos ha llevado a creer en la importancia del desarrollo científico, o en otros términos, ha trascendido la propiedad del progreso técnico para impulsarnos hacia un futuro “redentor”, aunque ese futuro casi siempre ha sido para quienes pueden gozar de sus beneficios.

Pero, efectivamente, ¿en qué consiste el tiempo para la cultura humana? Desde un punto de vista estructural, para la Semiótica de la Cultura el tiempo es un constructo humano, y por lo tanto, es el resultado de la producción de los sentidos que la cultura nos permite hacer. Mientras sólo podremos vivir presencialmente en el presente – que es el tiempo que la naturaleza nos impone – seguimos construyendo tiempos simbólicamente vivenciados.

Vilém Flusser (2008) decía que la realidad ocurre siempre en el presente y que por referencia podríamos pensar en este estado como la percepción de un instante entre el pasado y el futuro, como una isla bañada por lo “ausente”, por un vacío. Vacío con aspectos del pasado y del futuro. Así, Flusser pensaba el presente como un “ahora detenido”, un ahora bañado por ese vacío, pero no sumergido en él.

El sociólogo alemán Norbert Elías (1998) mencionaba que no hay entrada al pasado y que el futuro no tiene salida. Los accesos al pasado y al futuro sólo están disponibles a través del lenguaje. Por lo tanto, el tiempo de la cultura está íntimamente relacionado con el tiempo de vida de cada uno. De esta forma, lo que entiendo por memoria es la capacidad que tenemos para producir imágenes secuenciadas, narradas desde un tiempo que ya no es accesible.

Somos seres potencialmente preparados para mirar hacia atrás narrando lo que denominamos historia, o mirar hacia el futuro imaginando escenarios situados en narrativas. La memoria nos hace seres humanos, porque nos permite salir del presente imaginando una presencia simbólica en estas otras temporalidades que producen sentidos para nuestras vidas. Como afirmaba el teórico alemán Harry Pross (1972), el tiempo es la materia prima de la comunicación, pues comunicar es atravesar temporalidades para sincronizar a personas y generaciones. La sociedad es la extensión de los vínculos en el tiempo de vida, y la complejidad de esos vínculos.

Quiero proponer una separación entre el concepto de cultura mencionado y aquella “cultura” que irrumpió en la sociedad a partir de los medios de comunicación hegemónicos. La cultura que ingresa a partir de los medios no está

basada en el hombre, pues bajo esta perspectiva toda producción de sentidos está orientada hacia la lógica del capital. Puro y simple: la cultura mediática hegemónica no produce sentido para el enfrentamiento del drama existencial, produce sentido apenas para la apropiación del tiempo presente bajo la forma de audiencias. Percibida así, la cultura mediática hegemónica no ofrece nuevos sentidos, sino que se limita a programar la difusión de estrategias para captar la atención y fabricar consensos.

La historia de los medios electro-electrónicos de comunicación nos ayuda a reflexionar acerca de la naturaleza comercial y los propósitos implícitos que persiguen las redes de conexión de video-audiencias.

El teórico Norval Baitello Junior (1999) afirma que en el alma de todos los aparatos de comunicación electro-electrónicos está la “guerra”. Todos fueron dispositivos creados para – o en – la guerra, como instrumentos de organización y de arma ideológica. La lógica de la guerra es la lógica de la apropiación del enemigo, como lo es una colonización del otro a favor del vencedor. Eso significa pensar que la cultura mediática es por definición una cultura pensada para hacer funcionales a las video-audiencias, en favor de los propósitos comerciales y/o políticos-financieros.

En este contexto, se debe tener en cuenta el proceso de formación de los mercados de consumo de información tal como los conocemos hoy. Desde principios de los ‘50, tres grandes sectores económicos que estaban aislados entre sí empezaron la formación de una exitosa articulación, con el fin de estratificar y uniformizar los mercados de información. El sector de las Telecomunicaciones, la Informática y los

Grandes Conglomerados Mediáticos planificaron objetivos comunes en torno al crecimiento del mercado del entretenimiento y de la publicidad. Desde entonces hemos vivido bajo un ambiente mediático que produce un sentido único para las realidades que ellos nos enseñan. De cierta forma, vacían la realidad para concebirla de una manera funcional, contemplando al entretenimiento como su base.

La cultura mediática es hija de la lógica del capital y, en nombre de esta lógica, se presenta como una cultura de la funcionalización, del consumo y del flujo de la producción de capitales simbólicos. Las tesis de la espectacularización del mundo, que ya en los ‘60 denunciaron al espectáculo como entretenimiento, nos ayudan a comprender este fenómeno. Flusser (1963) también reflexionó sobre esta lógica, afirmando que “uno de los síntomas más alarmantes de la decadencia de la civilización tecnológica es la búsqueda por la diversión”. Por “universo”, señalaba Flusser, debemos comprender la sumatoria de todas las cosas vertidas en una sola cosa. El rechazo de verter las cosas en un universo, es decir, la “aversión”, asumió el formato de “diversión” como modelo conceptual de este rechazo por universalizar el mundo. Para Flusser, diversión es sinónimo de aversión del universo, de la realidad. Existen aún más desdoblamientos conceptuales que fluyen desde la “diversión” hacia la “diversificación”, para posteriormente pasar a la “inversión” y luego a la “perversión”. Es como si hubiese un distanciamiento de la realidad en nombre de la diversión. La cultura mediática es, en su esencia, producida para divertir, esto pues, no se constituye únicamente como realidad social.

El vacío de sentido en la realidad mediática no es otra cosa sino comprender los fenómenos

comunicacionales desde el punto de vista del aparato, como estrategias unilaterales de difusión de proyectos concebidos dentro de la lógica del capital. Podríamos decir que la realidad mediática no es efectivamente una realidad, porque el hombre no puede vivir esta realidad, él consume una realidad, pero es una realidad que existe apenas como metáfora. El tiempo que traspasa la cultura mediática es un tiempo serial, cumple el propósito de acumularse en favor de una línea de producción. El tiempo de vida de todos aquellos que viven esta cultura mediática está disponible, acumulativamente, para agregar valor al consumo. Como se produce mucho, hay necesidad de consumir en la misma cantidad. El tiempo a favor de la producción acelera también los ritmos y las periodicidades que se imponen a nosotros. Esta aceleración es la causa, supongo, de la producción de lo efímero. Y lo efímero es una forma de vaciamiento del sentido.

La aceleración de la cultura mediática provoca una tipología específica de excitación que de forma paradojal anestesia todos nuestros sentidos. Enfrentamos hoy una especie de adormecimiento de nuestra percepción para el bien y el mal. Es cuando la excitación substituye al éxtasis, pues nunca vamos hasta el final. Ese es el mal de nuestro tiempo, vivimos en los excesos de nuestro tiempo. Excesos de todo y excesos de nada.

Hay un concepto muy interesante y fundamental para comprender el fenómeno de la aceleración y del vacío. Harry Pross (1972) definió que comunicar es generar déficit. Estamos entretenidos en conversaciones en tanto somos capaces de producir déficit. Pero cuando estas conversaciones están llenas de redundancias, cuando somos capaces de anticipar lo que el otro va decir, entonces notamos un vaciamiento de

sentidos, en el cual, la comunicación comienza a carecer de éste.

### **La mediación hegemónica**

En la historia de las mentalidades, podríamos situar al Iluminismo como protagonista de un cambio civilizatorio importante para comprender cómo y por qué lo que nosotros entendemos como información pasó a tener una importancia estratégica para los rumbos de la lógica del capital.

Los primeros aparatos de comunicación que convirtieron el mundo en imágenes (cámara fotográfica, telégrafo eléctrico, etc.) son, a inicio del siglo XIX, el punto de partida para los cambios más relevantes en la producción de sentidos. Arthur Schopenhauer (1819) trató sobre este asunto en su obra “El mundo como voluntad y el mundo como representación”, reflexionando que el cambio provocaba en el imaginario colectivo la idea de que más importante que vivir las cosas del mundo, sería conocerlas. Asumía que conocer la realidad bastaría.

Los mecanismos de comunicación pasaron a producir, retratar y difundir realidades que se transformarían en el proyecto del mundo en el que deberíamos existir. Manifestaciones como la tradición – que siempre tuvo importancia como forma consensual de conocer el pasado – gradualmente fueron perdiendo importancia para la creación de la memoria colectiva, y se basaron en el conocimiento que los medios proporcionaban acerca de la realidad. Justamente lo que se conoce como “Ciencia de las Luces” (experiencia generada a partir de la llegada de la prensa, la fotografía, el telégrafo, el teléfono, la radio, la TV e Internet) posee un valor como mercancía que se mide por su valor de uso.

Los medios de comunicación se van convirtiendo en portavoces de la realidad del mundo para ser “conocida” por aquellos que tienen acceso (alfabetizados) y pueden pagar por ella.

De este modo, y mediante la combinación de los sistemas de mediación como archivos memorísticos de una historia escrita, la lógica productiva del capital pasó a controlar el curso de la civilización (activando un orden cronológico de importancia para el conocimiento), al anticipar un periodo de tiempo e importancia a este conocimiento y al estimular la reconfiguración de las sociedades desde la perspectiva del consumo, con la finalidad de someter la dirección del “progreso” a la primacía de los proyectos colectivos.

Estos proyectos fueron diseñados desde un principio por la misma lógica, interesada en su propia perpetuación, mediante el control técnico de los procesos de almacenaje y distribución de información. En este sentido, los sistemas de mediación pueden entenderse como estrategias del poder hegemónico ejercido por los modelos de negocio, surgidos como articuladores de una memoria histórica. En este proceso se incluye al libro impreso, la revista de noticias, la fotografía, radio, televisión (y sus subproductos), además de las interfaces digitales en Internet, que integran estos sistemas en un entorno nuevo, profundamente marcado por la lógica del mercado y estrategias de control en los procesos de producción y almacenamiento técnicamente codificado.

Aquí considero la existencia de un distanciamiento entre la vivencia y el simple conocimiento de las informaciones de la realidad histórica. La idea de un mundo que puede ser explicado y entendido desde el punto de vista de la organización de

los datos históricos, almacenados de modo propietario, sugiere un mundo incorpóreo, amoral y políticamente aséptico, en el cual la historiografía es el resultado de archivos y el acceso a estos archivos a niveles tecnológicos. Una vez más, el dilema entre información y conocimiento, entre el relato de un evento y el evento mismo, surge como un problema fundamental para la construcción de una historia con bases documentales. Las peculiaridades de la autoría de los registros, los intereses políticos y económicos en torno a estos, y a menudo el contexto de los registros, son eclipsados por los medios que otorgan credibilidad y veracidad a lo que publican. Desde el “giro epistemológico” del “Iluminismo”, los medios de comunicación son portavoces de un mundo objetivamente concebido, que carece de “humanidad”. El hallazgo de Baudrillard pone la cuestión sobre la base de una historia construida por las simulaciones, las representaciones:

Toda nuestra historia habla de este show de la razón, a su vez en el proceso de desmontaje. Nuestra cultura del sentido se entrelaza en el sentido excesivo, la cultura de la realidad se confunde con el exceso de realidad, la cultura de la información se mezcla con el exceso de información [...] Tratan de convencernos de la buena intención de la técnica, que hagamos como si el medio artificial fuese una segunda naturaleza, que seleccionemos sólo los reflejos automáticos [...] Intentan borrar cualquier reflexión sobrenatural de pensamiento, que reacciona instintivamente a la ilusión del mundo, que arroja la ilusión del mundo el mundo mismo  
“(Baudrillard 1996: 6 - 17).

Los sistemas de mediación, como conductores y productores de consenso sobre la lógica técnica, son los mismos que crean el vacío de sentidos en un mundo percibido por los sentidos del hombre. Fruto de los avances técnicos, estos vehículos ayudan a producir, almacenar y distribuir los

registros obtenidos por las máquinas para ver un mundo nuevo. La realidad está inscrita de tal modo en los medios de comunicación, que son ellos – desde entonces – los que emulan el mundo. El establecimiento de una cultura de los medios de comunicación es el resultado exitoso del proceso técnico de almacenamiento y de acceso a ese mundo, posible gracias a una lógica hegemónica del capital productivo y del consumo mediático de esa información.

### **Memoria y olvido**

Los científicos han elegido el principal mal que experimentaremos durante el siglo XXI. El cáncer no figura como la principal patología a ser vencida por las Ciencias Biológicas. El terrible protagonista de nuestras pesadillas es el Mal de Alzheimer, una forma bizarra de perder todas las referencias históricas que dan sentido a la vida. Un vaciamiento progresivo de la memoria, hasta que se destituye al sujeto como portador de la historia, incapaz de desplazarse hacia atrás o hacia adelante en el tiempo.

El portador de Alzheimer vive apenas la dictadura del presente, del tiempo real. Está atrapado en el mundo sin memoria y sin proyectos. Está alejado de la cultura en su esencia humana. Ni siquiera puede conocer el mundo. Apenas vive. Podríamos suponer un trazado paralelo con las realidades mediáticas, donde existir es apenas estar visible o invisible en un ambiente de producción de sentidos.

La profesora Ecléa Bosi (2003), docente de Psicología Social de la Universidad de São Paulo, nos habla de la importancia social de los viejos como instrumento de mediación entre nosotros y el pasado. Ellos constituyen un tipo

de intermediador informal de la cultura humana. Bosi afirma que la técnica crea las redes de globalización, pero destaca que el mundo está hecho de territorios, de naciones y de paisajes. La simple interacción no agota el alcance de las conexiones presentes en la comunicación, pues si fuese así, sólo nos comunicaríamos con nuestros contemporáneos y eso sería una pérdida significativa para la humanidad.

Hay una historia dentro de la historia, del tiempo que configuramos como el tiempo oficial. Una historia que habla de un tiempo vivo, de un tiempo construido como memoria, y no solamente como una historia basada en el archivo de acontecimientos oficiales, almacenados bajo el nombre de documentos históricos, o sobre indicios materiales que comprobarían los hechos históricos.

Por lo tanto, es preciso considerar que:

Una memoria viva resulta de un tiempo vivo. O mejor, un tiempo que todavía vive. Vive porque es capaz de producir sentidos para todos los que de él comparten. Estamos frente a un fenómeno parojoal, un fenómeno mediático. Parojoal, porque separa la historia de su sentido.

Hoy, la comunicación mediada por tecnología es una representante de la lógica que corresponde a esa separación de sentido del mundo. Hablamos de mundo y de personas apenas metafóricamente. No hay historia producida, pero sí espacios para archivar acontecimientos que representan – por ellos mismos – una historia que puede no ser vivida por nadie, una historia que ocurrió apenas en el registro mediático.

Finalmente, podemos experimentar hoy una escala hacia la abstracción, como decía Vilém

Flusser. Un vaciamiento de sentidos que está configurando nuestra experiencia de mundo en escala global. Ahora bien, a esta abstracción podemos agregar el mercado como parámetro conductor de nuestro conocimiento acerca del mundo legitimado, la técnica como la redentora del futuro de la humanidad. Una lógica aportada por el profesor Kamper, que configura la lógica técnica en el ámbito de la cultura mediática: "Dios

piensa el hombre. El Hombre piensa la máquina. La máquina piensa Dios". Tal vez sea el campo germinal de la producción del vacío, y de lo efímero de las realidades mediáticas, en tiempos de conexiones que se procesan a la velocidad de la luz. Para tiempos tan rápidos, sólo es posible registrar la historia en una base de datos y pretender que algún mecanismo de búsqueda la torne visible, aunque no más accesible.

---

## Bibliografía

- Baitello Jr., N. 1999. *O animal que parou os relógios*. São Paulo: Anablumme.
- Baudrillard, J. 1996. *A troca simbólica e a morte*. Portugal, Lisboa: Edições 70.
- Benjamin, W. 1980. *Imaginación y sociedad*. España, Madrid: Taurus Ediciones.
- Bosi, E. 2003. "Tempos vivos e tempos mortos". *A substância social da memória*. São Paulo: Ateliê Editorial. 23 – 25.
- Bystrina, I. 1990. *Tópicos para uma Semiótica da Cultura*. São Paulo: Cisc.
- Elias, N. 1998. *Sobre o tempo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editores.
- Flusser, V. 1963. Da Diversão. En *Suplemento Literário do Jornal O Estado de São Paulo*. Publicado em 15 de junho de 1963.
- \_\_\_\_\_. 2008. *O universo das imagens técnicas. Elogio da superficialidade*. São Paulo: Anablumme.
- Kamper, D. 2002. "Estructura Temporal das Imagens". *Ghreibh*. São Paulo. Cisc. 1: 1–4.
- Morin, E. 1999. *As grandes questões do nosso tempo*. Portugal, Lisboa: Ed. Notícias.
- Pross, H. 1972. *Medienforschung: Film, Funk, Presse, Fernsehen*. Darmstadt: Habel.
- Schopenhauer, A. [1819] 2001. *O mundo como vontade e representação*. Vol. IV. Ediciones Acrópolis.