

LA INICIACIÓN DIGITAL: DE LA EMPRESA DE DATOS A LA GRACIA DE LO COMÚN

Yves Citton¹

El antropólogo británico Alfred GELL ha analizado a fondo el efecto de las tecnologías más diversas en términos de su ‘encantamiento’. Mucho antes, nuestra admiración diaria ante los milagros de los teléfonos inteligentes que ponen todos los conocimientos, los sonidos y las imágenes del mundo en las yemas de nuestros dedos, trataba de entender la eficacia simbólica de las imágenes de la proa de la canoa, hábilmente talladas y pintadas en las islas Trobriand, en el Pacífico, evocando un «efecto halo de la dificultad técnica». Ya se trate de la proa de una canoa, de la reproducción de las agujas de la Catedral de Salisbury, de una pintura hiperrealista o de una escultura de Picasso, hay un encantamiento de la tecnología, dado que el espectador no puede imaginar cómo se ha producido algo cuya maestría técnica le parece desafiar las capacidades humanas con las que está acostumbrado a contar.²

Nuestros dispositivos digitales entran claramente en este caso. No sólo constituyen «tecnologías de encantamiento» cuando se nos proyectan en un universo disneyficado de instalaciones consumistas que nos deshumanizan borrando todo rastro de explotación del trabajo humano. También nos

1 Profesor de la Universidad de Grenoble Alpes, UMR LITT&ARTS CNRS 5316, co-director de la revista *Multitudes*

2 Alfred GELL, *La technologie de l'enchantement et l'enchantement de la technologie*, en: Angela BRAITTO, *Technologies de l'enchantement*, ELLUG, Grenoble 2014.

hechizan bajo el «encanto de la tecnología» que las super-humaniza haciéndolas incomprensibles para la mayoría de nosotros, la secuencia terriblemente compleja y densa de las invenciones y procesos materiales que permiten transformar el simple flujo de la electricidad dentro de un circuito impreso, en una capacidad de escucha, de visión, de computación y de acción, que extiende sus redes por todo el planeta.

¿Cómo iniciarnos en esta magia? ¿Qué danzas rituales pueden protegernos de los nuevos poderes sobrehumanos (Google, NSA, dark web, hackers de malware) que no podemos ni imaginar, ocultos en el corazón de tal poder? ¿Con qué fórmulas cabalísticas (de cifrado, firewall, actualización) podremos conjurar los peligros a los que estos poderes ocultos nos exponen?

Cualquiera que sea nuestro nivel de habilidades técnicas, todos somos, como colectivo, «principiantes» en un mundo digital con sólo algunas décadas de antigüedad. ¿Tenemos que «iniciarnos» todos en las maravillas y peligros que despliegan bajo nuestros pies y sobre nuestras cabezas, desde la extracción de tierras raras que ya están en la fase de agotamiento rápido, hasta las radiaciones de la radio en las que la nube nos hace bañarnos? Tal iniciación es tanto un cuestionamiento antropológico como etnográfico,³ y un aprendizaje técnico. Saber cómo codificar será pronto tan indispensable para la ciudadanía digital como la lectura y la escritura lo es para la ciudadanía alfabetizada. Pero, comprender mejor por qué rituales iniciáticos y por qué imaginación común pueden orientarse nuestras subjetividades en la reconfiguración digital de todos nuestros espacios vitales es, al menos, igualmente importante.⁴ Brevemente, mencionaré cuatro puntos en los que las nociones clave de la tradición cristiana pueden ayudarnos a entender los problemas y desafíos de esta iniciación digital: la cuestión del don, la caridad, el respeto religioso y la gracia.

3 Ver por ejemplo el hermoso trabajo de Nicolas NOVA sobre los gestos inducidos por el uso del smartphone, en *Curious Rituals. Gestural Interaction in the Digital Everyday*, 2012, disponible en línea en: <https://curiousrituals.wordpress.com/>.

4 Ver el número 62 de la revista “Multitudes” consagrado a nuestras “Subjetividades numéricas”, disponible en línea en: www.cairn.info/revue-multitudes.htm

DE UN MUNDO DE EMPRESAS A UN UNIVERSO DE DONES

Al contrario de lo que dan a entender la gran mayoría de las discusiones de los últimos veinte años, la mayor novedad de los medios digitales no está en lo que sucede entre nuestros cuerpos y las pantallas, sino detrás de las pantallas. Si la tecnología digital va a cambiar nuestra relación con el mundo, no será por dar con nuevas formas (más rápidas, más icónicas, más interactivas) de hacer circular entre nosotros los textos, los sonidos y las imágenes en movimiento. Será (principalmente) debido a la emisión, registro y procesamiento de “datos” relacionados con nuestros comportamientos de atención. Estos «datos» (data) cuya recolección automatizada tiende a componer hoy grandes bases de datos (data base) que forman el universo paralelo de los grandes datos (big data), que van y vienen, comercializados y explotados por «algoritmos» (es decir, secuencias de operaciones organizadas con el modelo de recetas de cocina) para enumerar, comparar y cuantificar nuestras conductas más inofensivas. Todo lo que percibimos y hacemos a través de dispositivos digitales conectados se registra, calcula y correlaciona para anticipar y controlar nuestros futuros comportamientos.⁵

Frente a esta realidad, un primer paso de iniciación sería aprender el simple ademán de traducción: reformulemos cualquier frase que comprenda la palabra dada por otra frase que sustituya o añada la palabra tomada. Los «datos» no crecen en los árboles, incluso si son las arborescencias binarias de los lógicos. Como ha dicho Lisa GITELMAN con el título de su trabajo colectivo, los datos sin procesar («en bruto») son un oxímoron.⁶ Un dato sirve sólo después de ser cocinado. Y sólo se puede cocinar después de ser recogido, o sea seleccionado, y por tanto que alguien en algún lugar lo considere potencialmente digno de interés. En otras palabras, todos los «datos» (data) comienzan por ser «atrapados»: son el resultado de capturas anteriores, y cuando los tomamos nos exponen a muchas influencias futuras. Cada vez que utilizamos datos, nos esclavizan un poco a su uso: ¿quién puede prescindir hoy de los datos gratuitos y generosos proporcionados por el algoritmo PageRank de Google? Como sabemos, cada vez que tomamos datos

5 Ver sobre el tema, Maurizio FERRARIS, *Mobilisation totale*, PUF, Paris 2016.

6 Lisa GITELMANi(éd.), *Raw Data is an Oxymoron*, MIT Press, Cambridge MA2013.

a través de este motor de búsqueda, éste pasa informaciones sobre nuestra atención, para revenderla -con grandes ganancias- a los anunciantes, ansiosos de «darnos» información sobre sus productos. La web comercial, a través de la cual compartimos una parte cada vez mayor de nuestras percepciones y comunicaciones, se convierte cada vez más en un mundo de negocios, aunque comenzó en la década de los '90 como un mundo organizado sobre la base de donaciones mutuas (entre-dons).

En lugar de lamentarse y arrepentirse de los buenos tiempos pasados, a los cuales nunca es posible, ni deseable en general, querer regresar, es mejor tratar de comprender la lógica profunda de los dones que alimentan la operación de todas estas empresas. Por muy encantadoras que sean, las tecnologías de la comunicación solo viven de la atención que les prestamos (más o menos voluntariamente). Los 'medios' tienen efectos solo gracias a sus receptores: sin la atención de la audiencia no hay efecto mediático. Los medios masivos tienen la función principal de producir (activamente) una audiencia, pero esta producción nunca es una mera restricción. La atención que prestamos a un medio en lugar de otro es (casi) siempre a partir de cierto grado (variable) de libertad y de cierta capacidad de elección.⁷ Todos los media, en su enorme diversidad, descansan sobre el último análisis de los micro-regalos de atención con que cada uno de nosotros alimenta su funcionamiento. Sabemos que la economía política, cuya influencia ha transformado gradualmente a cada individuo en un pequeño «empresario de sí mismo», surgió en parte de la reflexión jansenista de Port-Royal sobre las condiciones para la auto-organización de un mundo entregado al amor-propio de los individuos, sin que la gracia divina tuviera que intervenir para organizarlo desde lo Alto.⁸ Esta ideología puso gradualmente a la empresa en el centro de nuestra representación de la sociedad, allí donde la sensibilidad cristiana esperaba valorar el gesto (más o menos sacrificial) del don. Reconocer el don de la atención como el motor principal de la «nueva economía» digital podría

⁷ Sobre este tema, ver Yves CITTON, *Pour une écologie de l'attention*, Seuil, Paris 2014, y Médiarchie, Seuil, Paris 2017

⁸ Albert O. HIRSCHMANN, *Les Passions et les intérêts, justifications politiques du capitalisme avant son apogée*, PUF, Paris 1980; Jean-Claude PERROT, *Une Histoire intellectuelle de l'Économie politique (XVIIe-XVIIIe siècle)*, Éditions de l'ÉHESS, Paris 1992; Jean-Pierre DUPUY, *Libéralisme et justice sociale. Le sacrifice et l'envie*, Hachette, Paris 1992.

introducirnos en una visión del mundo que, sin «retroceder» a la era anterior a Port Royal, podría encontrar en su camino algunas intuiciones generosas que hallamos en el cristianismo y en la mayoría de las grandes religiones del mundo: la intuición de que cada uno de nosotros existe sólo compartiendo nuestras atenciones, que son a la vez comunes y compartidas, tomando el término ‘atención’ en sus connotaciones de solicitud y cuidado que condensan el término inglés de *care* (cuidado).

LA ATENCIÓN ESTÉTICA COMO EXPERIENCIA DE CARIDAD

La segunda área en que la tradición del pensamiento cristiano podría alimentar de forma sugerente nuestras reorientaciones en el dominio digital, se aborda a menudo explícitamente en términos de iniciación. Innumerables instituciones culturales (museos, teatros públicos, acontecimientos nacionales) enfatizan la necesidad de «iniciar» al público (joven) en las bellezas y los placeres de la «alta cultura». Por razones de condicionamiento sociológico y/o dificultad (intelectualista), que se supone es intrínseca al arte contemporáneo, sería necesario poner en marcha ciertos procedimientos de mediación pedagógica para permitir que las poblaciones jóvenes o desfavorecidas tengan acceso a lo que se muestra en nuestras salas de exposiciones o en nuestros escenarios de artes en vivo. ¿En qué consiste esta forma de iniciación, y cómo puede relacionarse con nuestras culturas digitales, más allá de la esfera relativamente estrecha del arte contemporáneo? Jean Marie SCHAEFFER propone una forma interesante de hacer la pregunta en su libro dedicado a la experiencia estética.⁹ Lo caracteriza como un sistema de atención, «la atención estética», que contrasta con «la atención estándar» utilizada en nuestra vida diaria (fuera de los museos, las salas de conciertos y las lecturas de poesía). Para resumir esta oposición de manera muy esquemática, se puede decir que nuestra atención estándar nos permite evitar peligros y aprovechar las oportunidades de satisfacción, entrenándonos para identificar, lo más económicamente posible (en términos de esfuerzo de atención), es decir, lo más rápido posible, los estímulos que nos rodean, clasificándolos a través de una serie de categorías que llevamos en la mente. Mire a su alrededor: es posible que pueda reconocer los paquetes de estímulos que identifica

⁹ Jean-Marie SCHAEFFER, *L'expérience esthétique*, Gallimard, Paris 2015.

a través de las categorías «libro», «pantalla», «mesa», «silla», «lámpara», «ventana», «hombre», «mujer», etc.

Lo que caracteriza la atención estética es un “suspensión de la categorización”: al mirar una pintura en un museo, suspendemos temporalmente el acto de categorizar que generalmente gobierna nuestra atención estándar. Nadie, excepto en las películas de Jean-Luc Godard, recorre un museo a paso de calle, identificando lo más rápido posible «¡Esto es una crucifixión!» “¡Este es un estanque con nenúfares!» o incluso «¡Este es un Tiziano!” «¡Este es un Monnet! «. El gesto específico de la atención estética no es estar satisfecho con la identificación de la obra a través de nuestras categorías preexistentes, sino prestar atención adicional después de esa primera categorización, para que emerjan -en lo que se confundía como el fondo indiscriminado del cuadro- nuevas características que no habían aparecido a primera vista. En lugar de categorizar económicamente (lo más rápido posible), estamos actuando de una manera *antieconómica*: invertimos más en la obra, más atención de lo que necesitaríamos para clasificarla con nuestras categorías preexistentes. Suspendemos o refutamos el juicio de identificación («Por supuesto que he reconocido a los dos embajadores ricos y bien alimentados del cuadro de HOLBEIN, pero hay algo más que se debe destacar»). Hacemos un retraso de categorización que nos permita hacer aparecer, desde el fondo, nuevas figuras que aún no conocíamos («Este tipo de mancha que contamina el primer plano se revela como la anamorfosis -deformación de una imagen- de una calavera»). La diferencia entre la atención estándar y la atención estética coinciden en parte con la distinción propuesta por Kant entre el «juicio determinante» que aplica una categoría preexistente a un dato sensible que se muestra a nuestra percepción («¡Se trata de una mesa!») y el «juicio reflexivo» que establece una nueva categoría para dar cuenta de un dato sensible que desafía nuestras pre-categorizaciones («¿Qué es este tipo de borrón entre los dos embajadores?»). Las nuevas figuras (Gestalt), que el exceso de atención permite emerger del fondo (background), forman la base de nuevas categorías que permiten mejorar nuestra percepción del mundo.

¿En qué sentido la atención estética es una forma valiosa de iniciación en nuestro universo de digitalización ubicua?¹⁰ Todos los dispositivos de «atención»

10 En informática se dice que los medios están presentes en todas partes; ubicuidad.

desplegados por tecnologías digitales, es decir, todos los aparatos cuya función es ejecutar mediante circuitos eléctricos las tareas tradicionalmente conferidas a la atención humana, tienen la función de economizar nuestro gasto de atención para acelerar la categorización de las realidades que nos rodean y nos configuran. El mundo digital en su conjunto aparece desde este punto de vista como un inmenso mecanismo de «anticipación de la categorización». La atención estética, analizada por Jean-Marie SCHAEFFER en términos de «retraso de categorización», constituye el contrapeso simétrico. Nos permite categorizar sin tener que pensar; el otro nos invita a pensar antes de categorizar (para reclasificar de modo un poco diferente). Necesitamos iniciarnos en las prácticas de atención estética para humanizar las operaciones de atención aceleradas maravillosamente por nuestros aparatos de computación. Las «humanidades», es decir, las disciplinas académicas de la hermenéutica, del pensamiento filosófico y de la sensibilidad estética, tienen precisamente esta función: las «humanidades digitales», de las que tanto se habla desde hace más de una década, tienen como misión no tanto digitalizar un corpus de textos, como ayudarnos a humanizar los poderes de computación que lo digital ha hecho posibles.¹¹

La tradición del pensamiento cristiano nos permite adoptar una posición más ambiciosa que la defendida por Jean-Marie SCHAEFFER con respecto a dicha misión. Esto enfatiza la necesidad de cultivar (a través de cursos educativos) la «tolerancia hacia el retardar la categorización». ¿De quién nos viene querer clasificar todo y quererlo comprender lo más rápido posible?, -así se propone en cierta ideología escolar y de gestión- la suspensión del juicio, la incertidumbre y descalificación de las categorías existentes constituyen una pérdida de tiempo intolerable. Aprender a no huir de cualquier cosa que desafía a nuestros juicios instantáneos, a no rechazar a priori cualquier sonido que no suene como «música», a cualquier imagen que no encaja en nuestros cánones de «belleza» es, por supuesto, una forma de iniciación central a toda la aventura (también educativa) del arte moderno. Pero esto aún es insuficiente.

Más allá de la «tolerancia», el desafío de nuestra educación estética debe ser cultivar el gusto real (un deseo positivo) por un hecho sensible que desafíe

11 Sobre este tema, ver *Humanités numériques 3.0* en el n° 59 de la revista *Multitudes* (2015).

nuestras categorías. A este respecto, podemos hablar de «curiosidad» por lo que escapa a nuestras normas cognitivas y estéticas. Podríamos ir hasta hablar de «amor», para dar cuenta del hecho de que no se trata solo de dejar vivir ciertas formas de expresión, sino de alentarlas en adelante. La tradición cristiana tiene una hermosa noción de caridad para llegar a esta reflexión. Ni el amor sexual (de dos cuerpos que se desean) ni la simple tolerancia abstracta (hacia una diferencia que es exterior a nosotros), la caridad designa una solicitud amorosa por los seres cuya existencia, lejana a priori, nos preocupa hasta el punto de convertirse en nuestra propia preocupación, incluso si nos esforzamos por reconocer y valorar las diferencias que nos pueden distinguir de los seres en cuestión.¹² Para decirlo con una fórmula sintética: nuestra época necesita, para ser capaz de humanizar los encantamientos digitales que la fascinan, una iniciación en la caridad hacia las experiencias sensibles llevadas a cabo por nuestros recursos computacionales.

LA ATENCIÓN AL FONDO CON RESPETO RELIGIOSO

Hay algo más en juego en la experiencia estética, que intentaré aclarar proponiendo otra caracterización que enfrenta a dos tipos de atención. La atención estándar evocada en la sección anterior, está esencialmente dirigida a reconocer los estímulos como satisfactores de las condiciones identificadas en cierta clase de objetos. Se la puede llamar atención de «reconocimiento». La mayoría de las lamentaciones actualmente expresadas como la pretendida «crisis de atención» -cuya causa generalmente se atribuye a la omnipresencia de las tecnologías digitales- en realidad se relacionan con fallos en la atención de «reconocimiento»: un conductor distraído por su teléfono celular, no reconoció que la luz se había puesto roja; los niños sometidos a examen no reconocieron que una formulación plural requería una ‘s’ final; una madre absorbida por su teléfono inteligente no se da cuenta de que su hijo está involucrado en un comportamiento peligroso o incívico, etc.

En todos estos puntos, sin embargo, los fracasos de nuestra atención de «reconocimiento» podrían (o podremos) ser un día compensados por el

¹² Una hermosa reflexión, no exenta de referencias cristianas, y sobre este tipo de solicitud sobre las obras de arte, ver Etienne SOURIAU, *Les différents modes d'existence*, PUF, (1943), Paris 2009, y también Bruno LATOUR, *Enquête sur les modes d'existence*, La Découverte, Paris 2012.

progreso de nuestras atenciones computacionales: los coches sin conductor están a punto de reconocer fácilmente las luces rojas encontradas en el camino; los correctores ortográficos ya corrigen nuestras omisiones de relaciones plurales; es fácil imaginar un detector de movimiento geolocalizado haciendo sonar una alarma cuando un niño se acerca demasiado a un acantilado o a una carretera... Los verdaderos desafíos de la atención humana debemos situarlos en un plano completamente diferente: no el de la atención de «reconocimiento», sino el de la atención «creativa». La atención estética es una forma de atención creativa porque debe constituir una categoría no-preexistente para dar cuenta de un dato sensible que desafía nuestras clasificaciones preestablecidas. La atención creativa comienza mostrando el fondo indistinto e indiferenciado, dentro del cual deben emerger las características de una figura desconocida previamente. En este sentido, la atención creativa es una forma de atención fundamentalmente ecológica: debe aprender a alejarse de las figuras que inmediatamente atraen su mirada, para dirigirla hacia el entorno que rodea a las figuras que sobresalen. Debe aprender a considerar el fondo como fondo, para poder distinguir las condiciones de existencia de las que nos beneficiamos sin ser conscientes de su presencia (ni de su precariedad). La atención del conductor que reconoce las luces rojas, la del estudiante que coloca bien la 's' en el texto que escribe en su tableta, o incluso la de la mamá alertada por un software de su Smartphone sobre el comportamiento peligroso de su hijo, todas estas atenciones de «reconocimiento» se refieren a figuras que los humanos han aprendido a destacar para otros humanos (fuegos luminosos, marcadores gramaticales, notificaciones de interfaz). Es una experiencia común que ni el conductor, ni el alumno, ni la madre, se toman la molestia de considerar el trasfondo ecológico que hace posible destacar tales figuras ni el registro completo de la experiencia diaria en cuyo entorno tienen lugar. ¿Quién piensa en la producción de petróleo, de acero, de caucho o de alquitrán para que rueden los automóviles, cuando ve una luz roja? ¿Quién presta atención a la producción de electricidad o a la extracción de tierras raras cuando mira la pantalla de su tableta o su teléfono inteligente? Las pantallas están hechas para que no las veamos (en su materialidad), sino para que miremos (y escuchemos) otra cosa por su medio, que nos hagan ver como provenientes de otros lugares (sin que nos estemos preguntando realmente qué circuitos de producción las traen aquí). Todo en nuestros

hábitos de comunicación nos empuja a centrar nuestra atención en las figuras comunicadas y a ignorar los fondos ecológicos que permiten la comunicación de dichas figuras.

Al intentar extraer figuras ocultas en lo que originalmente aparece como un fondo in-distinto, la atención creativa (estética) nos da el hábito de examinar el fondo como fondo, de ver lo que hay debajo pero que escapa a nuestras categorías preexistentes y a nuestras figuras pre-identificadas. El cráneo en anamorfosis colocado entre los dos embajadores de Holbein, nos hace ver, si prestamos un poco más de atención, la muerte que sirve de fondo a todas nuestras riquezas y a las pequeñas (y grandes) glorias de que se orgullecen nuestras pocas décadas de vida de trabajo. Alrededor de todas nuestras figuras sobresalientes, detrás y delante de ellas, arriba y abajo, siempre hay un ambiente que nuestra atención de «reconocimiento» oculta necesariamente para destacar las figuras que sirven de referencia y control del mundo. Este ambiente generalmente está poblado por artefactos humanos para quienes vivimos principalmente en universos urbanos. Pero no hay necesidad de ir muy lejos para reconocer, incluso dentro de nuestros pueblos (como alrededor, arriba y debajo de ellos), un entorno más amplio al que llamamos «naturaleza», que define los límites del planeta Tierra, el sistema solar y de nuestra constelación.

En la alternativa abierta que proponía SPINOZA entre Dios o la naturaleza (Deus sive natura), -ambas propuestas eran igualmente aceptables (sive) y de ninguna manera exclusivas (aut) para designar la misma realidad totalizadora-cierta modernidad occidental, convertida gradualmente en dominante, incluso opresiva, ha dejado en el mismo descrédito la referencia a Dios y la referencia a la naturaleza. Pocos analistas consideran hoy lo que comúnmente se llama «el retorno de lo religioso» y la sensibilidad ecológica como dos caras de la misma moneda. Sin embargo, así es como Gilbert SIMONDON nos invitó a considerarlas cuando hizo de la experiencia religiosa la manifestación de una necesidad de situarse en el marco totalizador con el trasfondo de la existencia.¹³ La ciencia y la tecnología hacen avanzar nuestro conocimiento y nuestro dominio del mundo mediante el análisis de nuestras experiencias

13 Gilbert SIMONDON, *Du mode d'existence des objets techniques*, Aubier, Paris 1958.

perceptivas en categorías cada vez más finas y más adaptadas a nuestras necesidades prácticas. Estas generan un fallo al referirse (sin comprometernos) solo a figuras aisladas de su entorno y contexto. ¿Qué es un laboratorio, sino lo que tiene, precisamente, la función de aislar el dispositivo experimental de cualquier contexto natural (y social) particular?

El sentimiento religioso, según SIMONDON, tiene precisamente la función de ayudarnos a reintegrar los fragmentos de experiencia aislados por las tecnociencias, dentro de una visión totalizadora de nuestra existencia. Tal dispositivo me permite realizar tal operación mucho mejor. Pero, ¿cómo encaja esta operación en todo mi entorno, en el todo que forma mi existencia con las de mis coetáneos, humanos, animales, vegetales, minerales, climáticos, planetarios? En este sentido tan particular, cualquier religión sería «integrante» (más que «integrista»): su función social, indispensable, sería hacernos pensar en la integración de nuestras pequeñas empresas ubicadas dentro de las redes de causalidad más amplias, y por lo tanto de solidaridad, que las hace posibles. Decir «Dios» o «naturaleza» a la red de redes, importa poco. Lo que cuenta realmente es que prestes atención a cómo encajan tus comportamientos en esta red de redes. Depende de cada uno de nosotros elegir en qué medida esta integración es una cuestión de religión (etimológicamente «lo que nos re-liga entre nosotros») o de ecología (etimológicamente «lo que asegura la posibilidad práctica de nuestro hogar común»).

Cuando la red de redes toma el nombre de «Internet», en lugar de «Dios» o de «naturaleza», se plantea la misma pregunta. La iniciación que necesitamos, es el resultado, más que nunca, de una atención creativa que nos enseña a percibir mejor el fondo de solidaridades materiales, biológicas, animales, humanas, emocionales e intelectuales, cuya trama infinitamente compleja garantiza la supervivencia y la prosperidad de nuestras formas de vida. En esta tarea, la computación digital juega un papel eminentemente ambivalente. Por un lado, y dado que se basa en un gesto de «discretización» (para transformar el continuo de procesos vitales en unidades binarias discretas, separadas y estrictamente opuestas entre sí), la digitalización constituye el triunfo del proceso de separación y análisis que han liderado las tecnociencias occidentales durante los últimos cuatro siglos. Por otra parte, y dado que la computación tiene la función de proponer modos de cálculo (computatio) que permiten

pensar juntos (com-putare) sobre las realidades separadas por el trabajo de análisis, una percepción integradora de Dios o de la naturaleza, bien podría estar en el horizonte del desarrollo de la red de redes, alimentadas por una computación omnipresente que, al igual que su avatar divino, se encuentra al mismo tiempo en todas partes y no localizable en ninguna parte, en la auto-creación permanente de la que participa Internet. El primer y último reto en la iniciación digital es la computación misma, entendida como un esfuerzo por «pensar juntos» las imágenes extraídas por (y para) nuestras atenciones externas digitalizadas y el fondo de solidaridad del que se (nos) alimentan dichas imágenes.

LA SORPRESA CREATIVA COMO EXPERIENCIA DE GRACIA

Como podemos ver al final de este breve recorrido, el problema de la iniciación a los encantos de las tecnologías digitales, se refiere menos al aprendizaje de su manejo que al desarrollo de ciertas competencias complementarias, en relación a las cuales esta manipulación podrá tomar una orientación expansiva, en lugar de opresiva. Las sensibilidades y conceptos heredados de la tradición cristiana pueden ayudarnos a hacer esto al favorecer cierto descentramiento de nuestras atenciones. Muchos debates actuales nos llevan a creer que los problemas y las promesas de lo digital se encuentran en el mismo mundo digital, en los dispositivos que se extienden entre nosotros y en su funcionamiento. Puede ser beneficioso tomar una posición contraria, al resituar los problemas y las promesas en los entornos relacionales en los que estos dispositivos están llamados a funcionar. Las cuestiones de don, de caridad y de fondo, descritas anteriormente, nos invitan a reconsiderar la inserción de nuestro uso de las tecnologías digitales en el contexto más amplio de nuestras relaciones de compartir, de confianza y solidaridad, con nuestros entornos humanos y no humanos.

Un punto final agregará una característica a este plano -muy incompleto-, de nuestras relaciones digitalizadas. Hemos visto más arriba cómo la atención estética, con sus retrasos de categorización, vino a complementar el funcionamiento de nuestra atención estándar, al poner en juego una especie de sobreesfuerzo de atención, una super-donación de caridad, que daba a una obra de arte la oportunidad de transformar y enriquecer nuestras

categorizaciones del mundo. Se observaron las experiencias artísticas, estéticas e intelectuales, desde el punto de vista de su recepción por parte de los/las espectadores, los/las oyentes y los/las lectores. Si volvemos sobre las mismas experiencias desde el punto de vista de su producción y circulación, vemos que se pone en marcha un desafío complementario. A la super-donación de atención por parte de los receptores y receptoras, debe corresponder una ambición de sorpresa emanada de los creadores y creadoras.

Siempre es útil, pero se simplifica excesivamente, querer contrastar de forma binaria los usos comerciales con los usos artísticos de las tecnologías (sean las que sean). Porque una obra se venda para generar ingresos a sus productores o para que sea objeto de inversiones especulativas, no pierde inmediatamente su valor artístico. Del mismo modo, porque un medio logre llegar a un público lo suficientemente grande, no pierde inmediatamente su potencial creativo. El factor de discriminación no es tanto la presencia o ausencia de un interés financiero o una audiencia masiva, como la relación con las expectativas dominantes. Aunque se trate de un continuo entre dos polaridades extremas, más que de una división estricta del mundo en dos categorías impermeables, podemos observar ciertas producciones culturales que tienden a satisfacer las expectativas preexistentes, mientras que otras se esfuerzan por desmarcarse de dichas expectativas para atraer y generar novedades. En lugar de contentarnos con el juego de empresas que regulan la circulación de formas, contenidos y atenciones, dentro de nuestros espacios culturales (muy comercializados) las producciones con pretensiones artísticas que circulan en régimen de modernidad, ofrecen a nuestros sentidos experiencias que pretenden sorprender las expectativas iniciales que había sobre ellas. La finalidad de un anuncio publicitario es captar nuestra atención; la de un libro o una muestra de arte moderno o contemporáneo es sorprender nuestra atención, dándole algo más de lo que esperaba. Estos «datos» muy particulares tienen menos que ver con los negocios que con las experiencias de sorpresa.

Al igual que cualquier otro medio nuevo, Internet ha sido, y sigue siendo, el sitio de innumerables sorpresas, cuya característica común ha sido la asombrosa capacidad de generar nuevas audiencias. Probablemente, sería relevante considerar que el principal desafío al que se enfrentan los artistas en los albores del tercer milenio no es tanto (o solamente) inventar nuevas

382 *La iniciación digital:*

De la empresa de datos a la gracia de lo común

«formas» o nuevos «contenidos», sino mucho más, inventar nuevas audiencias -nuevas formas de hacer circular sus obras-, atrayendo hacia ellas audiencias inesperadas, atenciones que no se esperaban hacia obras de este tipo. Los raperos, los grafiteros y los youtubers, tienen en común haber logrado generar «sorpresas» en el sentido más fuerte: en lugar de tomar lo que se tomaría al captar la atención y las expectativas preexistentes, sus producciones han sorprendido las estructuras de difusión cultural preexistentes, como si crearan las expectativas que han asegurado su acogida. Pero las sorpresas de este tipo deben su éxito a circunstancias que siempre exceden las intenciones más lúcidas y audaces de sus autores. En un mundo digitalizado, gobernado cada vez más, como el piloto automático, por algoritmos que proyectan nuestro futuro de acuerdo con las anticipaciones recogidas en nuestro pasado, las sorpresas creativas constituyen un fermento indispensable de bifurcaciones, de reconfiguraciones y de reorientaciones, necesarias para que nuestras formas de vida se adapten a nuestras condiciones de vida en constante cambio.

Ellas son las que nos permiten saltar al futuro, en lugar de permanecer condenados a pisotear los caminos ya trazados en el pasado. Pero cada uno de estos saltos al futuro, operados por las sorpresas creativas, resulta de una apuesta improbable cuyos ganadores parecían originalmente condenados a ser perdedores. ¿Qué hace que tal intento tenga éxito para atraer a una audiencia, para «inventar un pueblo que no existía», para usar la expresión hermosa que Gilles Deleuze tomó de Paul Klee, allí donde decenas y cientos de otros semejantes, a priori, hayan caído en la indiferencia general? Tal vez sea la noción cristiana de la gracia lo que explica con mayor precisión la misteriosa complejidad de los hechos de este tipo. Dios o la naturaleza, a veces coinciden en ciertos intentos creativos, -por medio de voces que permanecen en gran parte impenetrables para nosotros-, la fortuna de encontrar y, por lo mismo, convocar una audiencia ignorada como tal. Al facilitar y multiplicar las oportunidades de reuniones e interacciones entre nosotros, la red de redes está llamada a desempeñar un papel importante en la realización de tales episodios de gracia. Pero el modelo cristiano de gracia nos advierte que no se trata simplemente de una simple operación combinatoria que distribuiría estadísticamente cierta tasa de éxito a una parte aleatoria de los jugadores. La gracia atraviesa y trasciende la lógica superficial del juego de azar. La gracia emana de lo que nuestra realidad conlleva en lo más profundo,

nos pone en contacto excepcional e impactante con él. Proviene de otro lugar más amplio de lo que podemos calcular y computar, logra un encuentro que no es producto de un caos aleatorio, sino de una necesidad emergente, que sólo se puede medir después del hecho -una vez que el salto al futuro nos haya hecho descubrir nuevas perspectivas que ya son efectivas, aunque de momento invisibles.

Si la irrupción de la gracia merece ser integrada en lo que nos ayuda a pensar en nuestras iniciaciones digitales, es que ella nos atrae hacia el horizonte de una comunidad de destino que no se limita al intercambio de datos contables ni de intereses puramente funcionales, que a veces parecen reducirse por la red de redes de empresas publicitarias y cálculos estadísticos. Lo que se encuentra a través de las irrupciones de la gracia va más allá de nuestros pequeños cálculos y nuestros pequeños narcisismos individuales, -un más allá al que podemos (casi) indistintamente llamar Dios o naturaleza, o bien ambos. En nuestras sociedades digitalizadas y algoritmizadas, donde los números digitales cuentan con increíble rapidez y poder todo lo que nos rodea y nos constituye, nuestros rituales de iniciación deberían esforzarse por hacer surgir el fondo, para que surja al primer plano, esto que tenemos en común y que nutre la sustancia profunda con la cual nuestras imágenes cifradas e individualizadas calculan las manifestaciones de la superficie. Ninguna ciencia ni conciencia, ninguna filosofía ni religión, serán suficientes para trabajar juntas en esta tarea difícil, pero indispensable.

