



Reseñas

M. Benasayag y A. del Rey.: *Nunca más solo. El fenómeno del móvil*, Editorial La Oveja Roja, Madrid, 2009)

Comencemos por una breve pero sugerente advertencia. Dice así: *la apariencia inmediata de ‘lo dado’ no basta para proporcionar la clave para la inteligibilidad de la cosa*. Según esta perspectiva, ‘lo dado’ no es un argumento que pueda servir de criterio de explicación cognoscitiva, pues ‘lo dado’ –sea esto las inducciones *espontáneas* de los sujetos o una acción humana que actúa de acuerdo a un móvil consciente e intencional- es parte de lo que *debe ser explicado*, no aquello en virtud de lo cual una cosa (p.ej. un proceso, un acontecimiento) se da por explicada. Sea como fuere, el hecho es que dicha apreciación resulta del todo conocida en el ámbito de las Ciencias Sociales, especialmente en su versión más reflexiva o tal vez menos proclive al desarrollo de una auto-comprensión idealizada de la *práctica* científica (recuérdese a este respecto las palabras de P. Bourdieu y J.-C. Passeron sobre las técnicas de objetivación sociológica: estas últimas no se reducen en sentido estricto a una simple lectura de lo real, sino a una ruptura con ella, así como con los respectivos *efectos de naturalización* que la realidad tomada en su aspecto ‘dado’ parece imponer a la percepción).

Desde luego no es ahora el momento de ahondar en este tipo de disquisiciones; baste con señalar el hecho de que semejante advertencia, lejos de ser un consejo gratuito e inconexo, constituye la clave de análisis mediante la cual se encara el desarrollo del ensayo de los autores. Por eso mismo, si el apunte resulta pertinente, es sin duda porque deja de otorgar privilegio gnoseológico a la ‘verdad’ de los sujetos (“sus” razones, “sus” impresiones) en su experiencia de la acción social. Lo que traducido a la temática del libro tiene una plasmación muy clara: significa

que "no podemos comprender una sociedad teniendo simplemente en cuenta lo que ella piensa de sí misma, es decir, las imágenes identificadoras dominantes que, por diferentes razones, se otorga". En efecto, una cosa es atender al hecho de que la experiencia *vivida* de los agentes constituye un componente básico de la multiplicidad de procesos que confluyen en el desarrollo y la emergencia de las prácticas sociales y otra muy distinta, es dar por supuesto que solamente ella, en tanto que dimensión aparentemente soberana y auto-consciente, es capaz de proporcionar las claves del funcionamiento de la sociedad, como si las ideas y los cambios producidos en ellas desempeñasen un (en realidad *el*) papel fundamental en la explicación y la dinámica histórico-social.

Pues bien, el propósito del presente libro no es otro que emprender un estudio crítico partiendo de tales premisas interpretativas, eso sí, de una manera particular y poco disciplinada ante las formas y las imposiciones estilísticas de la sociología más académica. Que nadie piense por tanto en cantidades ingentes de datos o sesudas técnicas de objetivación. El libro que tenemos entre manos adopta la forma de un ensayo, un ensayo cuya hipótesis básica de investigación consiste precisamente en comprender (y denunciar, claro está) la irrupción de la telefonía móvil como un proceso que se interpreta sobre la base de una percepción *restringida* de las cosas, esto es, pensándose únicamente en función de "las imágenes (dominantes) en las que se agrada contemplarse una sociedad".

Pero, ¿cuál es entonces ese escenario imaginario al que aluden los autores? ¿Cuál es el conjunto de imágenes hegemónicas que impide percibir el escenario múltiple y real –escenario *ejercido* pero no representado- en el que emergen y se generalizan las novedades de la telefonía móvil? La respuesta no se hace esperar; tanto es así que, ya desde su inicio, el libro trata de dejar claro bajo qué calificativos les gusta reconocerse a nuestros contemporáneos: 'nomadismo', 'autonomía', 'fluidez', 'plasticidad', todos ellos, como se sabe, calificativos promulgados religiosamente por publicistas de toda índole y que dejan muy claro cuál es la relevancia que tiene la industria publicitaria y neoempresarial en el desarrollo y generalización de los nuevos mecanismos de subjetivación contemporáneos (tema por su parte que atañe directamente a la plasticidad del nuevo *ethos* capitalista, capaz de cambiar de forma, fagocitando aquello mismo que lo rechaza, esto es, ofreciendo y ofreciéndose como posibilidad -¿o tal vez imposición?- de estilos de vida *a la carta*).

Tal es en definitiva el escenario imaginario desde el cual se percibe la irrupción del móvil. Pero lo importante quizás no sea esto; lo importante es poner de manifiesto la impresión que todas esas imágenes provocan en la forma de percibir la publicidad de las innovaciones tecnológicas, habida cuenta de que todas ellas parecen ser programadas "para dar respuesta a ese 'nuevo nomadismo'". Dicho de otro modo, el móvil aparece en el plano imaginario como "el instrumento ad hoc de esos nuevos nómadas en los que se supone nos hemos convertido". Es decir, las innovaciones de la telefonía móvil se presentan ante nosotros como si fueran órganos 'inventados' *ad hoc* cuya finalidad fuese la culminación de nuestras aspiraciones (de libertad y mayor autonomía), deseos o incluso necesidades (entiéndase aquí, la 'comunicación').

Ahora bien, esa misma idea de función pública o consciente que suponemos en su origen no es más que una extrapolación idealizada de los modelos de causalidad lineal que proyectamos sobre las cosas, especialmente cuando se trata de explicar el funcionamiento real –complejo, múltiple y contradictorio– de las estructuras sociales o los órganos biológicos. El móvil es, naturalmente, un instrumento de comunicación, sirve para comunicar y poner en contacto a las personas, pero eso no significa que la 'comunicación' sea la única función o, ni siquiera la necesidad primaria, que hiciera inteligible el surgimiento de la telefonía móvil. Las cosas no suceden de manera tan simple y lineal, como si hubiese una especie de universo cualquiera en donde la comunicación existiese de manera autónoma y sólo fuera necesario inventar el órgano por medio del cual se viesan satisfechas esas supuestas necesidades comunicacionales. En verdad, la función no *hace al órgano*, de igual modo que las estructuras sociales no son un medio para un objetivo o una necesidad definida-de-antemano. Estas últimas emergen de cimientos complejos y contradictorios, siendo la función pública o explícita uno de los efectos –más que uno de los objetivos– desarrollados por esa misma estructura en el momento en que comienza a tener lugar en un conjunto mucho más vasto que ella.

Esto no quiere decir que la telefonía móvil, en la historia de su invención y producción, no guarde relación alguna con su función comunicativa: sencillamente, el móvil produce un tipo de sociedad (unas formas de sociabilidad) más compleja que ese esquema... con una economía, una visión del tiempo o una representación del sentido de nuestros actos que nada tienen que ver con la 'comunicación' como único criterio explicativo de su emergencia y posterior generalización.

En ese sentido, el trabajo del presente libro tiene por objeto "comprender todas las dimensiones sociales y personales, creadas o modificadas por la irrupción de la telefonía móvil y que, a su vez, tienen poco que ver con la función o con la necesidad de emitir de vez en cuando un mensaje destinado a alguien". Para ello acometen la difícil tarea de analizar algunos de los efectos que ha provocado la generalización masiva del móvil, especialmente en lo que se refiere a la *psicología* de las personas y sus formas de afrontar el tiempo, las distancias o la relación consigo mismas. A ese respecto, resulta especialmente relevante el primer y tercer capítulo del libro ('un mal encuentro' y 'el objeto transicional'), en donde la variedad de ejemplos extraídos de la vida cotidiana parece poner de manifiesto el efecto *reductor* de la telefonía móvil en su relación con el entorno más inmediato. Así es, al no estar situado de manera unívoca y estacionada, el móvil, a diferencia de su hermano mayor, el teléfono fijo, genera un tipo de relación en la que la situación misma que circunda a la tele-comunicación desaparece precisamente *como inmediatez*. Todo sucede como si ese espacio real en el que siempre estamos situados se viera reducido de golpe y plumazo a la calidad de mero decorado del que pudiésemos abstraernos por medio del espacio "real" generado por la tele-comunicación. "Nos gusta pensar que con el móvil hemos adquirido el poder de abstraernos de las sobredeterminaciones del lugar en el que nos hallamos (...) El bosque que atravieso desaparece como inmediatez porque mi realidad pasa a ser retomar una discusión de pareja con mi compañera, que está a kilómetros de allí. Como mucho, el bosque, el lago, la ciudad, quienes comparten mesa conmigo, se convierten en un difuso decorado que, además, gracias a la transmisión de imágenes, podemos compartir en el espacio 'real' de la comunicación".

Con ello lo que se pone de manifiesto, a juicio de los autores, es una creciente *virtualización de la presencia* en las relaciones sociales, hecho éste que se manifiesta no sólo en la pérdida consiguiente de la experiencia sensible ligada a nuestra materialidad, sino también en el deterioro que dicha virtualización genera en nuestra relación con nosotros mismos, con nuestra interioridad. Por eso mismo, se impone pues como tarea una reflexión sobre la propia comunicación virtual. Si "lo que ha cambiado con el móvil es que la comunicación como sistema se ha antepuesto, estructuralmente, al hecho de querer comunicar con los otros", entonces es claro que la tarea crítica debería plantearse en estos términos: ¿qué relación existe entre esta comunicación, esta forma de 'saturación social' (K. Gergen) provocada por la virtualización creciente en las relaciones sociales, y la capacidad real y efectiva de liberar nuestra potencia y nuestra capa-

cidad de acción? ¿Acaso es cierta la promesa de la industria publicitaria? ¿Es cierto que cuantos más medios de comunicación tengamos, más sencillas y profundas serán nuestras relaciones? Dicho en terminología de Paul Virilio, ¿cuál es el *accidente* específico, la *negatividad* específica, que esconde esa ideología de la fusión comunicacional, de ese "no estar nunca más solos"? Responder a tales cuestiones es sin duda una labor que sobrepasa con creces los límites y el propósito de un ensayo de apenas cien páginas. Sin embargo, el mero hecho de haberlas planteado, supone ya un motivo suficiente para valorar en positivo el libro que tenemos entre manos, máxime cuando la mayor parte de estudios al respecto se centran en los males que esta última encierra para la salud biológica del ser humano (cáncer, etc.).

Ahora bien, llegados a este punto, alguien podría sospechar que la línea adoptada por los autores desprende un cierto tufo nostálgico y anti-tecnológico, como si por debajo de la crítica llevada a cabo de la 'fusión comunicacional', se supusiera en el fondo un horizonte último más libre y más "real". Nada más lejos de la realidad. Si la crítica resulta conveniente, no es porque haya un imperativo moral que nos *revele* lo que la sociedad haya perdido y deba volver a ganar, sino porque la técnica misma, en su re-presentación discursiva, impide cualquier percepción acerca de su desarrollo que no esté mediatizada por los códigos de la *innovación* y el *discurso del progreso*. En efecto, con la técnica sabemos siempre lo que ganamos pero nunca lo que perdemos; de lo que se trata, entonces, es de ver qué procesos y qué olvidos tienen lugar en ese trayecto, y no de retornar a un pasado mejor. "No somos esencialistas, no pretendemos que alguien pueda llegar a saber cuál es la esencia humana, pero lo que sí sabemos es que ésta no puede definirse a partir del 'todo es posible'. La finitud, la sexuación, la singularización... el hecho de estar 'siempre' situado no definen una esencia humana, pero son elementos de la constelación que la componen de forma dinámica".

Por eso la crítica de la telefonía móvil no puede identificarse con una crítica que nos diga qué hacer o no hacer con el objeto. No se trata de culpar al móvil de todos los males de nuestra sociedad: de hecho, cualquier ataque que hagamos contra este último estará condenado al fracaso si se realiza desde la mera frontalidad. A la virtualización creciente de la vida no se la combate con un ataque directo al objeto; su crítica, así como su eventual superación, pasa por el desarrollo de prácticas y vínculos de socialización en los que la técnica y el móvil no ocupen un lugar central. Si las nuevas tecnologías (especialmente, la cibernética, dado que son tecnologías de la puesta en red de las relaciones y la información) "tienden inevitablemente a unificar las

formas de funcionar, las formas de ser”, entonces es claro que la resistencia pasa por “garantizar una diversidad, no pensable y heteromorfa, frente a la lógica propia de la técnica”. Como se ve, nada que ver por tanto con la tecno-fobia más asilvestrada del primitivismo anglosajón (J. Zerzan) ni con las disertaciones anti-industriales del post-situacionismo de la *Éncyclopédie des Nuisances* (J. Semprún, R. Riesel, M. Amorós).

En resumen, estamos ante un libro que, pese a su deficiencias por razones de formato (quizá demasiado breve para las cuestiones que analiza), constituye una imprescindible lectura para toda aquella persona que pretenda acercarse al fenómeno de la telefonía móvil desde una perspectiva crítica y atenta ante lo que dichas tecnologías puedan *reñstar* en términos de potencia y capacidad de intervención *colectiva* de las personas. Asimismo, constituye una lúcida desmitificación de los significantes que rodean el surgimiento y la publicidad de la telefonía, en particular del término *nomadismo*, que a sus ojos se ha convertido en algo muy distinto a lo que quiso decir Deleuze y Guattari cuando acuñaron el término para definir el momento de la desterritorialización. En palabras de los autores, “con el móvil, nunca vamos a ningún sitio. Somos sedentarios desplazables en circuitos asegurados. O por decirlo con un lenguaje policial: con el móvil, siempre estamos ‘localizados’”.

David J. Domínguez González
(UCM)