

## **Pensar lo virtual. Formas del pensamiento y la creación.**

Juan Diego Parra Valencia

PhD en Filosofía, Especialista en Literatura, Músico. Docente-Investigador Facultad de Artes y Humanidades – ITM. Ensayista y escritor con diversos artículos en áreas de filosofía, técnica, arte, digitalización, cine y música. Publicaciones: Autor de los libros David Lynch y el devenir cine de la filosofía (2016), Cantinflas. Toda palabra es una palabra de más (2015), Franz Kafka y el arte de desaparecer (2007). Coautor de los libros El efecto Deleuze (2015), Deleuze, flores a su tumba (2017), Mitópolis (2016), La metafísica de internet (2017).

El significado popularizado de la “virtualidad” se ha restringido al modelo tecnológico de la digitalización, y se ha expandido desde los años 90 de manera exponencial. La revolución digital ha causado cambios sustanciales en la comprensión del tiempo y el espacio, y en las condiciones de percepción, sensación y cognición. El uso cotidiano de las tecnologías digitales destinadas tanto para la información como para la comunicación (TICs), ha dilatado el sentido de lo simbólico a planos insospechados, según la eficiencia de distribución de los mensajes cuya logística está inserta en dispositivos específicos móviles y personales. A través de esta distribución de mensajes se ha logrado reemplazar el sentido de realidad sensible por una de carácter perceptible y cognitiva, según la construcción de un universo lógico y habitable cerebralmente: el internet. No es casual el uso concreto de las metáforas espaciales en internet: homes, sites, windows, galleries, fóruns, shops, etc... que recrean un tipo de habitabilidad física al cual nos hemos habituado con el crecimiento de las ciudades y la construcción de los espacios públicos y privados.

Dicha metaforización espacial garantiza la experiencia de lo real sin reclamos por la simulación: no se duda del carácter real de lo virtual porque llanamente no se lo considera “real”, o por lo menos no “tan” real como la realidad y por eso la palabra “virtual” funciona como adjetivo de la realidad, como si existiera una realidad-real no compatible, si no es mediada por la representación, con la realidad virtual. De esta manera, la virtualidad se acepta sin el factor incómodo de la ontología. La virtualidad sólo reitera el ser, en la medida que es un espacio sucedáneo y replicante de las

experiencias reales. Tanto es así que podemos vivir en “ambientes virtuales” resolviendo problemas “reales”, gracias a los dispositivos de acceso, que amplían las capacidades de acción sin determinaciones espacio-temporales. Tal como lo analizaba Valery (Valery, 1999) en función de la radio, cuando exponía que se había logrado una “distribución de realidad sensible a domicilio”, las tecnologías digitales han conseguido dotarnos de ubicuidad, al permitirnos distribuir experiencias sensibles y cognitivas.

En las plataformas “virtuales”, según la actividad constante de usuarios que difunden particularidades que se generalizan (o viralizan –metáfora biológica interesante-), creando un plano universal de producción constante, contamos con un combo perceptivo-cognitivo inmediato y sincrónico que valoriza (económicamente) nuestro tiempo útil (por eso pagamos por “tiempo de navegación” en internet). Este plano universal de producción constante, es justo el escenario virtual, y su función tecnológica consiste en replicar la experiencia singular–pues cada acto individual puede ser divulgado en “tiempo real”-, pero a la vez la sustituye y la legitima. Dicha experiencia particular se publica en “muros” (otra metáfora espacial) y con ello se sincronizan los actos individuales con el conocimiento colectivo. Si la cuestión de la virtualidad se establece desde condiciones estructurantes de un sí mismo que habita “otro” lugar, vale preguntarse si nuestra visión (unívocamente) tecnológica de lo virtual, precisamente desvirtúa lo virtual, toda vez el uso de los dispositivos digitales, está definido por la insistencia en el mundo de la experiencia concreta, al replicarla, de manera inmediata (a través de la foto de Facebook que informa dónde estoy o qué estoy comiendo, o el mensaje de twitter que da a “saber” lo que estoy “pensando”, dejando estelas digitales que recrean un perfil psicológico concreto al cual las marcas comerciales dan un uso eficaz para difundir luego ofertas de consumo).

Pero, ¿Qué es “realmente” lo virtual? Tal como lo presenta Philippe Queau (1995, p. 27), la virtualidad proviene del latín *virtus* que significa fuerza. Su origen está en la palabra latina *vis*, de la cual se produce “varón”. Lo virtual no es irreal, implica ímpetu de transformación, aunque no necesariamente adquiera características

factuales. Lo virtual no reviste semejanza con su “realización” (es más preciso hablar de “actualización”, como veremos), sino que esta es una forma posible de concreción en una tendencia dada.

Miremos con detenimiento esta definición: “virtual” es fuerza, energía e impulso, palabras todas que están contenidas históricamente en la idea general de *espíritu* (*spirare*: soplo de vida), el cual se conecta con la noción de ánima o alma. En suma, lo virtual es también impulso vital, ímpetu o energía que mueve. Se relaciona con *vir* que significa varón, lo cual determina una estrecha relación con las ideas de potencia y de poder, en el sentido (spinozista) de capacidad. Siendo ímpetu vital, energía y potencia, lo virtual no es ni mucho menos una ilusión o una irrealdad. Si bien su ámbito abstracto no es detectable por los sentidos concretos, su participación de la realidad es directa, y allí reside su valor y poder funcional en la vida concreta: lo virtual es real aunque no actual. Tal como lo indica Pierre Levy (1999, p. 17), lo virtual no es irreal: “con todo rigor filosófico, lo virtual no se opone a lo real sino a lo actual: virtualidad y actualidad sólo son dos maneras de ser diferentes”. El *virtus* entonces tiende a la actuación, aunque no es menos real que la materialización efectiva de sí mismo como tendencia. Lo virtual, en este caso, y siguiendo a Levy, es un nudo de tendencias, un campo problemático que tiene la potencia de llevarse a cabo, aunque no de una sola manera. Es por ello que la expresión “en virtud de...” expande todas las posibilidades de realización para una acción concreta, quizás siguiendo un objetivo o un fin determinado, pero insertando los actos en campos problemáticos de realización, que permite que la causa esté siempre presente en el efecto.

Esta idea amplia de lo virtual nos permite entender un aspecto poco atendido en los contextos relativos a las tecnologías y la informática: la virtualidad en sentido ontológico. Lo virtual debe entenderse como vector constructivo de las ideas de sí que sobrevuelan los colectivos humanos en cada época –de allí que conceptos como episteme, paradigma o estructura, sean equivalentes a la noción de virtualidad-. Si la virtualidad ofrece un campo dinámico de tendencias, articuladas con acciones concretas, es necesario entender el carácter legitimador de la cultura

desde las construcciones simbólicas como escenarios virtuales que integran a su vez comportamientos e ideas. Tanto la religión como la política, la filosofía y las artes, se viven en “ambientes” virtuales, y son estos ambientes los que configuran fuerzas de acción colectiva e individual para definir lo real: el mundo virtual nos insta a ser nosotros mismos por fuera de nosotros mismos, somos “eso” que nos define y aprueba, desde la estructura<sup>1</sup>. Es decir, los campos de relación, más allá de las cosas mismas relacionadas, establecen pautas, según estructuras definidas, aunque variables. Por eso podemos asumir el valor de realidad estructural de lo virtual. Es el “ahí” que nos hace abandonar el “aquí”, tal como lo entiende Michel Serres (Serres, 1995, p. 178), y que Levy lo expone perfectamente cuando dice que “la imaginación, la memoria, el conocimiento y la religión son vectores de virtualización que nos ha hecho abandonar el <<ahí>> mucho antes que la informatización y las redes digitales” (Levy, 1999, p. 21).

Es cierto que la revolución digital nos ha permitido constatar lo virtual de manera efectiva, mas esta constatación redundante en un cambio estructural de comprensión que invierte las relaciones tradicionales con lo real. Si bien antes nos era relativamente fácil pensar lo real desde lo posible, en sentido aristotélico, hoy vemos lo real como una variación de lo posible: esto es evidente gracias a la idea de interactividad que ofrece el hipertexto digital, por ejemplo, donde cada palabra-link está conectada sin jerarquía específica con un mundo-red alternativo latente y perfectamente experimentable. También se constata por la sensación de ubicuidad que las plataformas de comunicación ofrecen cuando portamos en mundo entero (comunicable) en el dispositivo móvil, redefiniendo los datos intuitivos sobre el tiempo y el espacio rigentes hasta hace muy poco. Hoy estas experiencias cotidianas, estrechamente ligadas a la tecnología y por ello mismo casi asimilables a ella, acallan el carácter ontológico de la virtualidad. Pero no porque hoy ella no tenga sentido ontológico, sino porque la construcción del “mundo virtual” parece someterse a la percepción “real” de la realidad. Es decir, aquello que denominamos “mundo virtual” lo vivimos como réplica o redundancia de los actos del “mundo real”,

---

<sup>1</sup> Deleuze (2002) lo afirma categóricamente: “la realidad de lo virtual consiste en los elementos y relaciones diferenciales, y en los puntos singulares que les corresponden. La estructura es la realidad de lo virtual”.

masificando las experiencias individuales según la desregulación de los contenidos. Antes los contenidos habían sido regulados por mecanismos de legalidad según estatutos y controles gremiales e institucionales, ahora son las propias experiencias vividas en “tiempo real” las que se difunden, sin que ellas, al nivel de publicación, tengan necesidad de ser filtradas (aunque esta atenuación del filtro no signifique ni mucho menos disminución del control informático por parte de las empresas y los gobiernos). Esta libertad, por demás ficticia, nos ofrece de manera directa la posibilidad de intervenir sobre el “saber” colectivo, con lo cual adquirimos cierto estatus creativo y autoril, en cada acto publicitario del sí mismo (exacerbado en el narcisismo del selfie y la exposición permanente de las emociones).

En suma, nuestras actividades cotidianas y pensamientos espontáneos pueden replicarse en tiempo real (a través de Facebook y Twitter, por ejemplo), para que hagan parte del “saber” colectivo. Y es allí donde la idea de virtualidad se desvirtualiza, precisamente, en esta idea de “creación” masiva de lo real<sup>2</sup>, en la medida en que se propende por una exacerbación del sí mismo que creemos ser a través de plataformas que difunden la autocontemplación autocomplaciente del mirarse fuera de sí, como si fuera otro que se desea como si fuera otro. El “fuera de sí” según este modelo de virtualidad tiene por supuesto dimensión ontológica: el ser en cuanto ser definido por la posibilidad de hacer de sí aquel que pienso que soy. El problema es que dicha construcción que aparenta libertad individualista, se sostiene en la plataforma tecnológica discreta que condiciona lo que puedo ser en cuanto ser. Si bien antes de la revolución digital, el carácter de lo real precisaba de dinámicas bien planeadas de distribución e instrucción, según un escenario virtual previo, luego de dicha revolución, se ofrece la falaz alternativa consistente en fabricar las propias estrategias para ser lo que somos. Es decir, se oculta totalmente la estrategia interna de instrucción y distribución en las mismas tecnologías y se convence al usuario-consumidor de que cuenta con la libertad de producir realidad,

---

<sup>2</sup> Por supuesto esta producción frivolisante del sí mismo, tiene su reverso en las iniciativas como creative commons o en proyectos como wikipedia que pretenden la expansión ilimitada del saber desindividualizado, consiguiendo modificar las estructuras de poder en las aulas de clase por ejemplo, donde el profesor ha dejado de tener el control de la información, en consonancia con los entusiasmos ontotecnológicos de Pierre Levy, especialmente en su texto sobre la Cibercultura (2007), del cual aún hay mucho que aprovechar.

según su propia libertad. Pero dicha producción, como sabemos, depende de un marco referencial tecnológico definido que garantiza la distribución sincrónica de los mensajes.

Boris Groys reflexiona agudamente acerca del devenir filosófico del pensamiento, sujeto a la dinámica del procesamiento de metadatos logrado por Google. De hecho presenta a Google como “la primera máquina filosófica conocida (que) regula nuestro diálogo con el mundo sustituyendo ‘vagas’ presuposiciones metafísicas e ideológicas por reglas de acceso estrictamente formalizadas y universalmente aplicables” (Groys, 2016, p. 168). Y, si es verdad, como dice Nietzsche (1989, p. 49) que no nos libraremos de dios mientras sigamos creyendo en la gramática, nuestra forma de entender lo ente en el presente está necesariamente ligada al procesamiento de datos según un aplanamiento de información ya no en dimensiones trascendentales jerárquicas, sino de acuerdo al uso recurrente de códigos que se presentan como “tendencia”, según posiciones en los pantallazos y el correcto uso de claves de acceso dentro del repositorio mnemónico que expande nuestra versión de sí mismos (situación explotada económicamente al máximo por redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, etc...). Justo como lo hace Google en un espacio virtual que nos revela y demuestra, ya no de acuerdo a la metafísica de la presencia ontoteológica, sino gracias a la expansión de datos hipermateriales en un mundo ontotecnológico.

## Bibliografía

- Alonso, A. (2002). *La nueva ciudad de Dios: Un juego cibercultural sobre el tecno-hermetismo*. Madrid: Siruela.
- Benedikt, M. (. (1993). *Ciberespacio: los primeros pasos*. México: Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- Deleuze, G. (2002). *Diferencia y repetición*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Groys, B. (2016). *Arte en flujo. Ensayos sobre la evanescencia del presente*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Levy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- Levy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos.

Nietzsche, F. (1989). *Crepúsculo de los ídolos*. Madrid: Alianza.

Queau, P. (1995). *Lo virtual: virtudes y vértigos*. Barcelona: Paidós.

Serres, M. (1995). *Atlas*. Madrid: Cátedra.

Stiegler, B. (2005). *De la misere symbolique 2: la catastrophe du sensible*. París: Galilée.

Valery, P. (1999). *Piezas sobre arte*. Madrid: Visor.