

# A las vísperas de un fin de ciclo de más de seiscientos años.

MARTINEZ SAMECK y PABLO EDGARDO.

Cita:

MARTINEZ SAMECK y PABLO EDGARDO (2024). *A las vísperas de un fin de ciclo de más de seiscientos años. III Congreso Internacional de Ciencias Humanas. Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, Gral. San Martín.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/3.congreso.eh.unsam/60>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/esz9/pGr>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Para ver una copia de esta licencia, visite  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

**A las vísperas de un fin de ciclo para la humanidad.  
El tecnomedioevo y su nueva religión: TikTok**

*Pablo Edgardo Martínez Sameck*

[pmsameck@gmail.com](mailto:pmsameck@gmail.com)

RESUMEN: Mediante una lectura semiopolítica, esta ponencia analiza el fenómeno de TikTok como estandarte de una nueva era, que aquí se denomina “tecnomedioevo”. Para ello, rastrea los antecedentes de la racionalidad digital en la “racionalidad instrumental”, concepto de la Escuela de Frankfurt. En este entramado global que anuncia un fin de ciclo para la humanidad, el objeto de análisis elegido muestra el poderío político del actual gobierno libertario de la Argentina, que se vale de sujetos alienados.

PALABRAS CLAVE: Semiopolítica; tecnomedioevo; racionalidad digital; TikTok; gobierno libertario

*Nadie es más esclavo que el que se cree libre sin serlo*  
J. W. Goethe

### **Algo huele mal en Dinamarca**

Una imagen que circula en las redes muestra a cinco individuos filmando con sus celulares una mano ahogada que pide auxilio. El título del meme es “La sociedad de hoy”. Pero ¿cómo ha nacido esta sociedad? ¿Cuál ese *algo* que la sostiene? Aquí planteo que ese *algo* es la racionalidad digital, una verdadera *práctica ideológica*. La racionalidad digital replantea el sentido de la vida y su trascendencia, deshumaniza al ser humano, reduciéndolo a *homo consumens*. Lo transforma en un androide, en un autómatas que sólo posee respuestas mecánicas; una mercancía en disputa, sea cliente, usuario o consumidor.



En esta ponencia, desde una lectura semiopolítica, mostraré que la racionalidad digital es una extensión calificada de la “racionalidad instrumental”, aquel concepto de la Escuela de Frankfurt. Para ello, tomo como objeto de análisis TikTok y su soporte político para el actual gobierno libertario, en un entramado global que anuncia un fin de ciclo para la humanidad.

### **Antecedentes**

A mediados del siglo XX, Max Horkheimer y Theodor Adorno (1981) crearon los conceptos de “razón instrumental” e “industria cultural”. La racionalidad instrumental nació de la crítica de la razón kantiana, con objetivos de superación vía la racionalidad

moral. Un tiempo después, estas ideas fueron retomadas bajo otras formas por Herbert Marcuse, Cornelius Castoriadis, Erich Fromm y escuelas latinoamericanas, entre tantas otras. Aunque los aportes de la Escuela de Frankfurt fueron apreciados en sus inicios, luego pasaron a ser soslayados, sobre todo a fines del siglo XX, cuando comenzaron a dominar las acriticidades fragmentarias individualistas de los tiempos posmodernos.

El aporte de aquella teoría crítica aún resulta incalculable porque supo correrle el velo al capitalismo que había transmutado la significación y el concepto de “arte” a partir de su circulación massmediática. Uno de sus logros fue mostrar que los sistemas de creencias se encontraban atados a una secuencia de consumo masivo-divulgación-estética. Esta lectura en proceso siempre debía estar amarrada a su rampa político-ideológica, que asimila la cuestión tecnológica como parte esencial de la producción capitalista, plena de tergiversaciones.

¿Cómo podríamos analizar TikTok sin pensar, por ejemplo, en Javier Milei, la imposición de su agenda y sus seguidores, en una trama que va desde China hasta Trump, a las vísperas de un fin de ciclo para la humanidad, que mucho tiene que ver con la caída de Estados Unidos? Que nos quedemos en estudios de superficie sobre el fenómeno sólo se explica por los tiempos que estamos viviendo.

El concepto de “industria cultural” sigue siendo una unidad polisémica, una noción que nunca alcanzó a consolidarse. La naciente cultura de masas traía consigo, a inicios del siglo XX, la irrupción de dos factores esenciales. Por una parte, permitía una perdurable reproducción técnica, con un potencial creciente para una masiva elaboración de bienes culturales. Por la otra, potenciaba la irrupción de una fuerte ampliación de los mercados gracias a las masas que podían aspirar a consumos diversos y a adquirir sofisticados bienes culturales.

En la actualidad se ha confirmado aquella predicción frankfurteana, que cayó en desgracia cuando la dinámica industrial ampliatoria logró disolverlo todo, hasta derretir el histórico concepto de “cultura”. La “cultura” –hoy imbuida por la notable incidencia de la producción angloamericana: rápida, breve e instrumental– ha transmutado hacia la “sociedad del espectáculo” (Rosanvallon y Fitoussi, 1997) y las “industrias del entretenimiento” (Han, 2022; Sadin, 2022).

Hoy las personas están atrapadas dentro de una rutinización de vidas mecanizadas, desprovistas de metas trascendentes. Esto provoca una *situación* de vacío existencial, de la que supieron dar cuenta –sobre mitad del siglo pasado, previo a la debacle

posmoderna– Martin Heidegger, Emmanuel Mounier, Jean Paul Sartre, Albert Camus. Estas condiciones de existencia provocan inéditos niveles de agotamiento, neurosis, estrés y adicciones. El campo epocal se potencia con el ciclo digital, a través de la despersonalización, condiciones críticas en entornos laborales, inseguridad para preservar trabajos y lazos comunitarios y vitales. Esto conduce a *situaciones* altamente demandantes, en las que el descanso y la reflexión pasan a ser vistos como espacios improductivos. Por supuesto, siempre estamos conectados a los dispositivos que mucha gente considera liberadores.

El modelante social producido por el campo epocal de fines del siglo XX fomentó una resocialización vertical que preparó la barrida que habría de finalizar con los lazos de identidad horizontales en el próximo siglo XXI. ¿Cómo lo hizo? Denigró las lógicas y matrices socioculturales, y fogueó la singularidad, la competencia y la individualización. Así minó todo compromiso emocional o político colectivo que implique integración, solidaridad social o lazos comunitarios.

Al erosionar los sentidos de pertenencia y cohesión social, las relaciones se volvieron transaccionales, mercantilizadas, utilitarias. La racionalidad instrumental, con su cultura de masas, produjo un vaciamiento, al alimentar un entretenimiento superficial que potencia el consumismo y fecunda la ausencia de crítica afirmativa en materia de valores y significados colectivos. Eso explica que mucha gente pase horas y horas consumiendo *reels* de TikTok. Pero eso no es todo: porque luego esa gente también vota.

### **Una metodología para comprender el fenómeno del tecnomedioevo**

La imagen con la que comencé esta ponencia es elocuente: avanzamos hacia el tecnomedioevo. Esta supuesta sofisticación modernizante no es otra cosa más que una instrumentación para crear una plebe universal, que se siente libre, pero no lo es. La globalización, a partir de someter a esa plebe a las propiciadas *prácticas ideológicas* del *globalismo* cosmopolita retrotrae a relaciones arcaicas. La creciente elitización segmentada, a través de su instrumentación de linajes clientelares, nos somete a los nuevos señores feudales.

Estos nuevos amos de la comarca –ahora anónimos e impersonales– son los CEOS, los dirigentes y propietarios de los grandes conglomerados concentrados transnacionales, que transformaron a los pueblos libres emergidos de la segunda posguerra y el *Welfare State* en reverdecidos siervos de la gleba. Desde luego, las nuevas circunstancias epocales requieren de otra preparación para el *mundo de hoy*:

exigen sujetos alfabetizados, educados, conocedores de las aplicaciones de los saberes técnicos, y también útiles para los forzados consumos afectados de la vida mercantil.

Para comprender este tecnomedioevo, propongo una lectura semiopolítica basada en los estudios de Eliseo Verón (1993). Su semiosis de lo ideológico y del poder abrió una puerta inconmensurable que pocos supieron mancomunar, salvo sus seguidores de la semiótica y las mediatizaciones. Inicialmente, su teoría de los discursos sociales (TDS) o de la discursividad se denominó “semiosis social”. Este descubrimiento trascendió las respuestas monocausales, o los desarrollos biplánicos de buenos y malos.

La semiopolítica hace suyos algunos de los supuestos indispensables, esto es, una sociología política del conocimiento sobre cómo la sociedad de masas adquiere supuestos, premisas y saberes. La TDS plantea que toda producción de sentido –TikTok lo es– resulta obligadamente social y no puede explicarse sin considerar sus condiciones de producción. Aquí el discurso trasciende el fenómeno de la lengua.

La semiopolítica permite, entonces, identificar tres factores contextuales sobre el problema abordado: el derrumbe del Muro, el neoliberalismo y la implosión soviética, la globalización tardocapitalista y la revolución científica y técnica (RCyT), con agobiante sobreproducción para el mercado. Así nació ese algo que huele mal en Dinamarca. Me refiero al régimen de la información tecnologizada: la infocracia (Han, 2022), cuyo *brazo armado* más vigente es TikTok.

### **TikTok y su posición central en la vida política argentina**

Esta creación china posee, dentro de su clientela, la mitad de la población de los Estados Unidos, con más de ciento setenta millones de usuarios. Queda clara la preocupación de las múltiples agencias y servicios de inteligencia norteamericanos por el dominio y control de tal caudal informativo. Pero la TikTok china, que maneja como oro ese capital, aún no opera directamente en América Latina, sino que lo hace a través de una ignota empresa, IMS, parte del grupo Aleph Holding, socia exclusiva con la central TikTok for Business china.

IMS posee pleno dominio y control de su propuesta para la Argentina, Chile, Colombia y Perú. En el país de los libertarios, esa empresa se encuentra manejada por gente ligada a Marcos Galperin, director ejecutivo de Mercado Libre; aquel que niega legitimidad fiscal al pago de impuestos en su propio país. Mercado Libre y Mercado Pago, la empresa argentina más importante –que superó a YPF–, constituyen el más grande conglomerado de origen latinoamericano que supo trascender universalmente.

Su CEO logró comprar parte del Aleph, para colocar al frente de IMS a un amigo íntimo, Ignacio “Nacho” Vidaguren, vinculado al círculo libertario.

Esta *realidad* oculta, disimulada, encubierta, forma parte de los atributos de nuestra propia “construcción social de la realidad” (Berger y Luckmann, 1968); pero, también, de las *lógicas* que trajo consigo la señalada racionalidad digital en la Argentina: la de poseer dominio de las *redes sociales* que, solapadamente, administran la agenda pública desde cuentas como la de TikTok. A ella se le debe sumar la ex Twitter (ahora X), cuyo propietario, Elon Musk, sostiene con el presidente Milei cálidas entrevistas y negocios. Como diría Antoine de Saint-Exupéry, para la nueva racionalidad digital “lo esencial es invisible a los ojos”.

La instrumentación de la *big data*, la IA y los algoritmos alteran la posibilidad de *acceder* a uno de los tres grandes núcleos del aparato psíquico, según Jacques Lacan. Lacan utiliza al “nudo borromeo” como figura que indica la estructura de cómo se produce la comunicación humana. Lo hace basado en el funcionamiento de sus tres registros: lo real, lo simbólico y lo imaginario. Este triple enlace cimienta *le petite objet a*, traducido como la “causa del deseo”. Tal construcción se presenta como objeto y como objeto perdido, con ausencia de su aproximativo acceso a *lo real*.

De esta manera se pierde esa obligada articulación flexible de los tres anillos de anclaje de su topología combinatoria. El *poder* dificulta de manera intencionada toda posible emergencia de *lo real* al hacerse inaccesible por soslayar la veroniana posibilidad de reconocer “marcas o huellas” de ese *real* (Verón, 1993). Así erradica toda posibilidad de acceder a ese supuesto dinámico, en constante movimiento, como toda *práctica ideológica*, al impedirle al individuo ordenar racionalmente su vida.

Sin tal intermediación, se le impide generar cualquier sana interacción social y vincularse a una existencia real, plena –aun cuando ésta puede ser mentirosa, alienada o falaz–. Con esta dura *realidad* se reflota el concepto entrópico social de “alienación”, pero ya no a una lectura sociológica asociada a la anomia, ni a la primera lectura marxista ligada a la enajenación del operario frente a su producto. En el tecnomedioevo de hoy, la alienación se encuentra asociada a la “institución imaginaria de la sociedad” y al “ascenso de la insignificancia” (Castoriadis, 1975).

La alienación producida por la racionalidad digital realiza una dramática evolución regresiva cuyo progreso nos ha sabido retrotraer socialmente a una calidad de vínculos sociales e interacciones mitificadas que deifican el progreso y las elaboraciones científicas cual en la Edad Media se divinizaba a Dios. Así, se establece un *poder*

jerárquico divino que modela y ordena *verticalmente* al generar, no clases, sino estamentos sociales irreductibles, propios de sociedades orientales, con castas cerradas.

### Palabras finales

En este panorama, no es casual la metáfora libertaria de los orkos –seres míticos– y la presencia de leones con características humanas. Las nuevas fábulas difundidas por TikTok dan cuenta de un proceso para crear una plebe universal sometida a una creciente elitización de los grandes centros de *poder* de las corporaciones transnacionales, poseedoras de la información, los contactos y los mecanismos de crean linajes clientelares, propios de los señoríos feudales. Quizás peor que aquellos individuos que sacan fotos al ahogado sean aquellas masas embanderadas que no se dan cuenta de que están entrando –si ya no están adentro– a una gran celda que los consumirá.



### Referencias bibliográficas

- ADORNO, T. y HORKHEIMER, M. ([1981] 2007). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Akal.
- BERGER, P. y LUCKMANN, T. ([1968] 2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- CASTORIADIS, C. (1975). *La institución imaginaria de la sociedad, vol. 1 Marxismo y teoría revolucionaria*. Barcelona: Tusquets Editores.

- DELEUZE, G. (2006), "Post-scriptum sobre las sociedades de control", *Revista Latinoamericana Polis*, nº 13.
- FOUCAULT, M. (2002 [1976]). *Vigilar y castigar: Nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- HAN, B.-C., *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia*, Buenos Aires, Taurus, 2022.
- ROSANVALLON, P. y FITOUSSI, J.-P. (1997). *La nueva era de las desigualdades*. trad. Horacio Pons. Buenos Aires: Manantial, Colección Reflexiones.
- SADIN, É. (2022). *La era del individuo tirano: El fin de un mundo común*. trad. Margarita Martínez. Buenos Aires: Caja Negra.
- VERÓN, E. (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Colección El Mamífero Parlante: Gedisa.