

La arqueología de medios y el malestar del humanismo

Entrevista a Erkki Huhthamo

Revista Luthor

[Ver en versión PDF \(inglés\)](#)

Erkki Huhtamo (Helsinki, Finlandia, 1958) es un investigador, curador de arte, e historiador, entre otras actividades, reconocido por ser una de las figuras más prominentes de la arqueología de medios. Doctor en Historia Cultural por la Universidad de Turku, actualmente se desempeña como profesor en la Universidad de California, los Ángeles (UCLA), en los departamentos de Design Media Arts y Film, Television, and Digital Media. Huhtamo es además autor y editor de importantes libros dentro del campo de la arqueología de medios, tales como *Illusions in Motion: Media Archaeology of the Moving Panorama* (2013), y la compilación *Media Archaeology Approaches, Applications, and Implications* (2011), editada junto a Jussi Parikka.

En la siguiente entrevista, Huhtamo aborda diversos temas relativos a su metodología de trabajo, su perspectiva de análisis, y algunas de las preocupaciones de la arqueología de medios. Luego de repasar su formación académica y su vínculo con el "humanismo" y los estudios literarios, el autor señala algunos puntos clarificadores para la comprensión del estudio de los topoi (lugares comunes), cuestión central en sus investigaciones, así como su relación con la ideología y la política. Por último, el lector encontrará un esbozo de ciertas semejanzas y contrastes con otras figuras relevantes para la arqueología de medios, tales como [Wolfgang Ernst](#) y [Jussi Parikka](#), ambos también entrevistados por *Luthor*.

* * *



La *caja peepshow* (*peepshow box*) de un artista itinerante, con su conjunto de vistas de perspectiva (*vue d'optique*). Al transportarla, la caja con las vistas se acomodaba dentro de la caja para mirar. Europa Central, c. 1800, Erkki Huhtamo Collection, Los Angeles. Foto: David Leonard.

¿Cómo surgió su interés por la teoría de medios? ¿Qué autores han sido de mayor influencia en sus primeros años de estudio?

Mi iniciación en los estudios de medios comenzó cuando estudiaba en la Universidad de Turku, en Finlandia, antes de 1980, y tomó diferentes formas. Todavía no era posible estudiar historia y análisis de medios, o incluso historia y análisis de cine, como disciplinas independientes, por lo que los estudiantes teníamos que inventar esas posibilidades por nuestra cuenta con la ayuda de algunos profesores visionarios. Estudié historia cultural, literatura comparada, historia y teoría del arte y antropología cultural. El profesor de historia cultural, Veikko Litzen, invirtió en una de las primeras grabadoras de video Betamax en la ciudad. Con un grupo de estudiantes (que yo dirigía) comenzamos a utilizarla semanalmente para grabar películas de la TV y estudiarlas cuadro por cuadro. Se sentía como una posibilidad revolucionaria de asomarse a lo desconocido. En paralelo, leíamos y discutíamos el "dispositivo cinematográfico" [*apparatus theory*], semiótica y análisis estructural de cine de autores como Christian Metz, Jean-Louis Baudry, Laura Mulvey, y muchos otros. Además de concurrir a proyecciones en clubes de cine, esa fue mi "escuela de teoría del cine".

Quedé fascinado con la semiótica cultural de Roland Barthes y Umberto Eco y

la apliqué, en algunas de mis publicaciones más tempranas, a historietas, videos musicales, publicidades de café y al arte pop de Roy Lichtenstein. Leer la cultura de los medios a través de signos fue un descubrimiento que me ayudó a aproximar áreas normalmente consideradas divididas en la academia. Estaba interesado en “todo”, y todavía lo estoy. Como Eco, estaba simultáneamente involucrado con la cultura popular y con la vanguardia, con el pasado y con el presente. Mi trabajo académico estaba conectado con actividades prácticas: exhibiciones, seminarios y festivales. Fui parte del equipo que creó la innovadora exhibición sobre la “fiebre de Batman” en Finlandia en los 60, organizó proyecciones de cineastas experimentales y artistas de video y curó exhibiciones de arte interactivo con trabajos de Jeffrey Shaw, Lynn Hershman, Toshio Iwai, Perry Hoberman y otros. Esa fue mi “escuela de arte de medios”.

También me intrigaba el estudio del topos, inspirado primero por Ernst Robert Curtius y algunos años después por Aby Warburg. Originalmente quería especializarme en la historia cultural de la Italia y la Francia del siglo XVI y pasé tiempo en Roma en múltiples ocasiones tomando cursos y haciendo investigación de archivo. Notar hasta qué punto los viajeros franceses que visitaban Italia usaban lugares comunes heredados (topos) en lugar de apoyarse en sus propias percepciones y juicios fue un descubrimiento que influyó mi futuro trabajo con medios. Para mí, la noción de “nuevos medios” es un oxímoron, un eslogan vacío. Por supuesto, la tecnología se desarrolla. Se presentan artefactos con usos que parecen “nuevos”, pero la invisible “mano del pasado” no puede ser evitada. La cultura de medios repite ideas antiguas y lugares comunes conforme se mueve hacia adelante. El pasado juega un rol de guía, y a veces un rol determinante.

La primera manía por la realidad virtual, que ocurrió alrededor de 1990, fue un estímulo importante para mi trabajo sobre arqueología de medios. Yo viajaba mucho para dar conferencias, así que tuve unas cuantas oportunidades de sumergirme dentro del “ciberespacio” con los últimos visores de realidad virtual y guantes interactivos [*data gloves*]. Estaba fascinado, pero también me preguntaba: ¿era la “inmersión total” algo realmente nuevo y sin precedentes? Al explorar las historias del panorama y del estereoscopio, así como las manifestaciones tempranas de la interactividad en la cultura de la máquina, noté que la realidad virtual era en verdad la reactivación de un topos, un lugar común que ya había aparecido muchas veces. Investigando estos problemas leía autores como Michel Foucault, Jonathan Crary y Friedrich Kittler, pero no podía aceptar del todo

sus ideas. Su identificación programática, triunfal, por momentos arrogante, de rupturas tajantes entre “epistemes” me parecía sospechosa.

La construcción de modelos es importante, pero sentía que esos modelos se imprimían a la fuerza sobre el pasado sin ser señalados como tales; como constructos artificiales diseñados por el teórico. La historia cultural, mi “disciplina madre”, tenía sus propios “teóricos de la ruptura”, desde Jacob Burckhardt hasta Arnold Toynbee, pero también enfatizaba el carácter multicapas de los procesos culturales y la naturaleza gradual y asincrónica del cambio histórico. Fernand Braudel dejó esto muy en claro con su idea de diferentes escalas de tiempo histórico (*durée*). Walter Benjamin, uno de mis autores favoritos, también evitaba postular cambios abruptos, y trabajaba simultáneamente en todos los niveles entre lo microscópico y lo macroscópico. Dicho sea de paso, es interesante cómo Crary, en su último libro, *24/7* (2014), se ha alejado de las posiciones rupturistas extremas de su juventud para adoptar una noción más matizada, gradual, y estratificada de las transiciones culturales.

Afirmar que la “ruptura” en sí misma es un topos puede parecer difícil de aceptar en medio de la crisis por el Covid-19. Es un hecho que las rupturas suceden; pueden estar causadas por virus, catástrofes naturales, guerras, revoluciones, colapsos en la bolsa, etc. La pregunta es qué tan totales, repentinas y permanentes son. La idea de ruptura ha sido internalizada por analistas culturales por miles de años y empleada para profecías milenarias y propaganda política y religiosa, por lo que funciona como un topos. Mi “arqueología de medios como estudio del topos” o “arqueología del topos” no afirma que los topoi son todo lo que existe. Hay una relación dinámica entre los topoi como entidades discursivas migratorias y los aspectos materiales-sociales-económicos de la cultura.

¿En qué cree que su perspectiva se diferencia de la de otros arqueólogos de medios como Siegfried Zielinski, Jussi Parikka, o Wolfgang Ernst?

De esas tres figuras, Zielinski es el más cercano a mi forma de hacer arqueología de medios. Pude conocer a Siegfried en 1990 y *Audiovisionen* (1989) fue un libro que me inspiró. Por entonces, la arqueología de medios todavía no existía. Revisando mis archivos, recientemente descubrí que en la primavera de 1993 di un curso titulado “An Archaeology of Audiovisions, or Introduction to Virtual Voyaging” [“Una arqueología de las audiovisiones, o introducción al viaje virtual”] en la Universidad de Turku. El título muestra que estaba influenciado por Zielinski,

aunque añadí mis propios énfasis, ideas y temas. Por mencionar un detalle curioso que recuperé del olvido entre los archivos, en el manuscrito inédito de estas clases ya utilizaba el concepto “Deep Time of Audiovisuality” [“El tiempo profundo de la audiovisualidad”], que había rastreado hasta el siglo XIX. Una década después fue (independientemente) popularizado por Zielinski como un lema bien reconocido en su libro *Deep Time of the Media* (2006).

1994 fue de una importancia clave para la arqueología de medios. Ese fue el año en el que tanto Zielinski como yo comenzamos a publicar textos programáticos sobre nuestras visiones de la arqueología de medios. Mi primer libro sobre el tema se publicó en finés en 1996 como volumen de acompañamiento a la serie “Archaeology of the Moving Image” [“Arqueología de la imagen en movimiento”], que escribí y dirigí para la televisión finlandesa. Comparto con Zielinski una amplia curiosidad acerca de las cosas ausentes en los libros de historia. Ambos intentamos constantemente ampliar sus perspectivas recuperando los aspectos negados, suprimidos y mal representados del pasado. Al asociarlos con las manifestaciones de la cultura de medios contemporánea, el pasado y el presente pueden entrar en un diálogo que, es de esperar, logre que se expliquen uno al otro.

El perfil de Siegfried combina un “cientista de medios” formado, un utopista romántico, un humanista al estilo de Goethe, un aspirante a alquimista, un vanguardista europeo y un anarquista conceptual. Glorifica “héroes” inconformistas cuyos perfiles busca rescatar del olvido como modelos para futuros alternativos. En *Deep Time of the Media* incluso afirma que el libro fue “escrito con un espíritu de reconocimiento y elogio, no de crítica”. Yo no tengo héroes. Mis trabajos están escritos con “espíritu” de crítica, no de “reconocimiento”. La importancia de los individuos como agentes culturales es limitada; operan dentro de olas, movimientos y formaciones más amplias. Me gusta pensar que mi trabajo está relacionado con lo que Sigfried Giedion llamó (con palabras prestadas de su profesor, Heinrich Wölfflin) “historia anónima”.

Aunque mi formación educativa es muy similar a la de Wolfgang Ernst, nuestras ideas acerca de la arqueología de medios se encuentran muy lejanas. Su arqueología de medios “radical” descarta la dimensión discursiva y enfatiza en su lugar la agencia autónoma de artefactos tales como grabadoras de sonido. Mientras que los escritos de Zielinski están llenos de calidez y pasión, el trabajo de Ernst es deliberadamente frío y distante. Para Wolfgang es más importante el hecho de que los artefactos de grabación produzcan trazos que su significado. Wolf-

gang trata de formalizar el método de la arqueología de medios hasta el extremo (incluso comparándolo provocativamente con las matemáticas) y marginaliza el rol del ser humano (aunque él sea uno, y uno muy talentoso). Veo un problema epistemológico con el trabajo de Ernst: puede que las máquinas en sí sean “arqueólogas de medios”, como afirma, pero nosotros solo podemos acceder a sus operaciones —y saber que existen— a través de signos culturales y discursos, así como de la subjetividad del observador.

El trabajo de Jussi es también algo distinto, como lo son sus influencias. Su profesor en la Universidad de Turku (venimos de la misma universidad, aunque yo soy de la generación anterior), Jukka Sihvonen, era un entusiasta de Deleuze e infectó a Jussi. En tanto arqueólogo de medios deleuziano, Jussi es un caso particular, pero su trabajo ha estado influenciado por otras fuentes, como Kittler, Ernst y la “escuela” alemana de investigación sobre *Kulturtechniken*. Parikka sigue añadiendo nuevos aspectos de las ciencias naturales, el pensamiento ecológico, la crítica del Antropoceno, la teoría de datos digitales, etc. El resultado es un mix inestable de teoría que atrae a los académicos de su generación y a los más jóvenes. Tiene poco que ver con el humanismo, con la semiótica, y con la investigación de archivo puntillosa orientada al discurso, como la mía. Jussi tiene ideas innovadoras, pero no creo que haga mucho de lo que yo caracterizaría como trabajo de campo de arqueología de medios.

¿Se definiría a usted mismo como un “humanista”? ¿Qué significa para usted ser un humanista? ¿Qué aspectos de los “nuevos materialismos” en filosofía y antropología considera atractivos o productivos para los estudios de medios?

Recibí una educación humanística (en la tradición europea), lo que obviamente me hizo un “humanista”. Una lista de los académicos, intelectuales y autores (no hago distinciones marcadas entre “tipos”) que me influenciaron demuestra esto con facilidad: Michel de Montaigne, Miguel de Cervantes Saavedra, Franz Kafka, Jacob Burckhardt, Fernand Braudel, Johan Huizinga, Mijail Bajtin, Walter Benjamin, Ernst Cassirer, Aby Warburg, Ernst Panofsky, Ernst Robert Curtius, Erich Auerbach, Roland Barthes, Umberto Eco, Carlo Ginzburg, Marshall McLuhan, Jean-Luc Godard. Me identificaba con la cita de Terencio, *Homo sum, humani nihil a me alienum puto* (“Soy humano y nada humano me es extraño”), que Montaigne había grabado sobre una viga de madera en su estudio.

Todavía valoro los trabajos de estas figuras formidables, pero ahora veo cuán estrecha y parcial es la lista: incluye solo hombres blancos caucásicos privilegiados (todos excepto McLuhan son europeos, e incluso McLuhan fue educado en Europa). Pensé en incluir el nombre de Foucault, cuya arqueología del saber me influenció, pero no encajaría. Aunque el humanismo nunca fue tan homogéneo como afirman sus oponentes, ciertamente puso al ser humano —*a un cierto tipo de ser humano*— en el centro. Todo lo demás estaba subordinado a su (masculina) mirada controladora, con el supuesto objetivo del “bien para la humanidad”. El humanismo creía en el poder del aprendizaje y la educación para hacer un mundo mejor. Había mucho idealismo y esperanza en él.

La arqueología del saber de Foucault demostró que tales nociones no tenían validez universal. Eran constructos discursivos formados en ciertas circunstancias bajo la égida de la interacción entre poder y saber. Su posición es a menudo calificada de antihumanista porque atacó la importancia autoimpuesta, el privilegio, la vanidad y la codicia humanas, todas resumidas en las famosas palabras que cerraban *Las palabras y las cosas*: “El hombre es una invención cuya fecha reciente muestra con toda facilidad [*sic*] la arqueología de nuestro pensamiento. Y quizá también su próximo fin”¹.

Hay muchas razones para los feroces ataques contra el humanismo occidental hechos por poshumanistas feministas como Rosi Braidotti, así como por teóricos poscoloniales, que por décadas han venido destruyendo los constructos utilizados por los occidentales para someter a buena parte del mundo bajo su ley. Los objetivos “humanitarios” han servido de pretexto para la explotación. El debate sobre el Antropoceno ha hecho emerger voces que culpan al humanismo por la crisis medioambiental global, en tanto dio su apoyo a la equivocada doctrina de la Idea de Progreso. Sin embargo, esas acusaciones deberían ser corroboradas. Humanistas como Erasmo de Rotterdam satirizaron la estupidez humana sin excluirse a sí mismos. Ciertas voces humanistas advirtieron sobre los excesos del capitalismo industrial y los resultados de la política de poder brutal que llevaron a la segregación y a los genocidios.

Hay muchas paradojas y controversias relacionadas con el humanismo. Los críticos como Braidotti tienen un punto, pero el filo de sus argumentos se mitiga con

¹La traducción de la cita pertenece a Foucault, Michel (2008). *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas*. Traducción de Elsa Cecilia Frost. Buenos Aires: Siglo XXI.

sus carencias a la hora de explorar la historia, la variedad y las contradicciones internas del/los humanismo(s). Podrían aprender algo de las excavaciones de la arqueología de medios y su resistencia a las polarizaciones blanco/negro. Contrariamente a lo que Braidotti parece creer (véase *Lo posthumano*, 2013), todo el humanismo occidental simplemente no puede ser reducido al dibujo de Leonardo da Vinci del “Hombre de Vitruvio”, un icónico meme de internet. Es una caricaturización ahistórica. La antología *Renaissance Posthumanism* (2016), de Joseph Campana y Scott Maisano, demuestra que ciertos elementos del “post-humanismo” ya existían en la época del Renacimiento.

Todavía me considero un humanista, aunque ya no en el inocente sentido idealista de mis días de estudiante. No suscribo el derecho de *ningún* ser humano a dominar a otros, matar animales o explotar la naturaleza. No apoyo el privilegio occidental de definir los valores y los estilos de vida de otras culturas (algo que aprendí en clases de antropología cultural). El trabajo de Edward Said ha sido una guía importante. La teoría de Said del Orientalismo estaba, como es bien sabido, influenciada por Foucault. Sugería que los occidentales habían inventado el término “Oriente” como una proyección, justificando así su Otredad y explotación. Aunque académicos posteriores han matizado el concepto algo monolítico de Said, sus cimientos todavía están en pie; señalan que los mecanismos discursivos son usados como armas en la política de la identidad. También aplica para los topoi.

Como intelectual palestino que trabajaba en las instituciones académicas más prestigiosas de los Estados Unidos, Said encontró algo problemática su propia posición. En su libro final *Humanismo y crítica democrática* (2003), Said escribió algo que considero muy importante: “Creía entonces, y todavía creo, que se puede ser crítico con el humanismo en nombre del humanismo y que, una vez adiestrados en los abusos debidos a la experiencia del eurocentrismo y el imperio, se podría conformar un tipo de humanismo diferente que fuera cosmopolita”². En este sentido creo que todavía puedo seguir llamándome un humanista.

En sus trabajos reflexiona sobre representaciones literarias de los medios. ¿Qué rol piensa que juega la literatura en la arqueología de medios? ¿Cree que los estudios literarios pueden realizar una contribución signi-

²La traducción de la cita pertenece a Said, Edward W. (2006). *Humanismo y crítica democrática. La responsabilidad pública de escritores e intelectuales*. Traducción de Ricardo García Pérez. Barcelona: Debate.

ficativa a los estudios de medios?

Descubrir el trabajo del académico literario alemán Ernst Robert Curtius y el área que fundó, la *Toposforschung* (estudio del topos), fue una experiencia formativa importante. Es por eso lógico que haya tratado de descifrar cómo los discursos textuales “encarnaban” y proyectaban significados e ideas que tenían relevancia como indicadores de los desarrollos formativos de la cultura de medios. Es esta también la razón por la que el análisis del discurso de Foucault se volvió tan importante para mí. En pocas palabras, me ayudó a comprender el rol crucial que juega la dimensión discursiva en la construcción de la realidad social, al punto de que todavía creo que “lo vivido” puede ser solo aprehendido a través de signos en forma de discurso. Puede que Wolfgang Ernst esté en desacuerdo conmigo al respecto, aunque su trabajo ha sido aún más fuertemente influenciado por Foucault que el mío.

Como mencionaba antes, tanto mi visión de mundo como mi posición en tanto investigador fueron influenciadas por la semiótica, aunque no creía (y todavía no creo) en sus variantes formalistas-estructuralistas más extremas. Sin embargo, creo que solo podemos darle sentido al mundo a partir de la lectura de signos. Estos son solo comprensibles si los podemos relacionar con códigos, que son acuerdos culturales de todo tipo ampliamente compartidos. No hay dos humanos que puedan poseer exactamente el mismo conjunto de códigos en sus cabezas, porque se recaban a través de la experiencia continua de una vida. La vida por lo tanto supone negociaciones constantes con signos sobre sus significados. Como ha explicado Stuart Hall, los mismos signos se leen de muchas formas diferentes dependiendo de factores contextuales como la cultura, el género, la edad, el origen étnico, la profesión, las tendencias ideológicas, los hobbies, etc.

La paradoja con los códigos es que, a menos que sean muy simples, ampliamente usados, e institucionalmente impuestos (como las luces del semáforo), no podemos describirlos de forma exhaustiva; solo podemos usarlos. La mayoría de los códigos que juegan roles en nuestras comunicaciones diarias son inestables e imposibles de aprehender. El idioma inglés no existe en ningún lado como una totalidad; solo en las incontables enunciaciones en donde es puesto en uso. Es una situación que no se puede cambiar, no importa cuántos diccionarios o gramáticas se escriban o qué tan a menudo se actualicen. Algo siempre escapará a la atención, porque el lenguaje está en flujo y todos los agentes humanos —investigadores, escritores y artistas incluidos— lo usan en formas idiosincráticas.

Esto puede sonar trivial y pasado de moda (ni siquiera hablo de código digital aquí), pero lo menciono porque tiene que haber contribuido a mi interés en los topoi. Yo trataba a los topoi como signos semióticos; empezaban a cobrar sentido cuando se asimilaban a otros signos (hablo de *manifestaciones del topos*) o diferían de ellos. Los topoi que encontraba en las tradiciones textuales ofrecían la posibilidad de ser tratados sintomáticamente, de excavar con mayor profundidad hacia los referentes que señalaban y de intentar escapar del plano hermético de la tradición textual. El trabajo de Curtius estaba en gran medida limitado a lo que pasaba dentro del plano textual: el “contexto” de un texto era la compañía de otros textos. La explicación de *por qué* aparecían en ciertos momentos le interesaba menos. Creí que este enfoque era limitado y no quise seguir el mismo camino.

Entendí la semiótica como un tipo de técnica cultural; una caja de herramientas discursivas que nos ayuda a darle un sentido al abrumador caos que nos rodea, a darle forma y a ir más allá de él. La búsqueda de topoi funciona en una forma algo similar. Un topos es menos importante que lo que puede revelar sobre las cosas que se esconden detrás suyo. Las obras literarias son ricas fuentes de topoi para comprender la cultura de medios. Entiendo que esto pueda no interesarles a los arqueólogos de medios cuyo énfasis principal es material(ista). Sin embargo, hay señales de un interés renovado en la dimensión discursiva de la cultura y de las formas simbólicas; Cassirer está regresando. Mi trabajo debería tener algo que ofrecerle a esa próxima ola.

Mi trabajo temprano ha estado influenciado más por la historia cultural que por los estudios literarios. Nunca me he concentrado únicamente en el análisis textual. Los aspectos materiales de la cultura de medios son muy importantes para mí, como cualquiera que haya leído *Illusions in Motion* (2013) puede ver. Entiendo a la cultura de medios como un constructo con capas, heterogéneo y “líquido”. Mi trabajo procede en tres niveles, tratando de conectar materialidades con prácticas culturales y con la actividad discursiva. No veo las relaciones entre estas capas como mutuamente deterministas o unidireccionales. Hay muchos factores en juego y lo que cuenta cambia dependiendo del contexto.

En su trabajo usa el concepto de topos como herramienta clave de investigación. ¿Pueden los topoi ser discretamente clasificados? ¿Cómo se puede discernir entre dos topoi similares? ¿En qué sentido los topoi son más significativos que los memes, los tropos o los motivos?

Siempre he estado en contra de las clasificaciones y categorías rígidas. La cultura se encuentra en flujo y congelar sus formas es una suerte de abuso. Dado que “las cosas se hallan en movimiento” no podemos separarnos a nosotros mismos de su flujo excepto en un sentido instrumental (y no ontológico). “Yo” soy parte de lo que estoy observando incluso cuando adapto conscientemente la posición de profesional “frío” que se acerca a su material de investigación crítica y metodológicamente. No puedo evitarlo: solo puedo ser consciente de la situación, hacerla explícita, y reconocer sus consecuencias de la mejor forma que puedo. Tal vez es esto lo que aprendí del posestructuralismo así como del Nuevo Historicismo, que me influenciaron mientras desarrollaba mi versión de la arqueología de medios.

Soy reacio a categorizar o clasificar los topoi, o incluso a definir topoi en un sentido que tenga significado “universal”. Sería un mito; no creo en ningún tipo de “universal”. Es por eso que no puedo tomar en serio los arquetipos jungianos. Los mitos, leyendas y motivos “primordiales” que los jungianos han identificado pueden ser muy antiguos y extendidos, pero no son eternos. Tampoco creo que sean parte de la psiquis humana. Los considero constructos culturales diseñados por humanos y modificados por la tradición, a veces durante períodos de tiempo muy extensos. Entiendo que a veces la migración de motivos es difícil de demostrar, pero no creo que las mismas ideas emerjan aquí y allá debido a algún tipo de disposición psíquica o genética compartida. En ese sentido soy un firme culturalista.

En el caso de los topoi, Curtius también fue algo vago al sugerir que podrían ser (parafraseando al musicólogo Willibald Gurlitt) “temas, fórmulas y frases típicos”. En su teoría de la retórica, Quintiliano definió a los topoi como “depósitos de hilos de pensamientos” orientados a facilitar el objetivo práctico de la composición de discursos. Eran frases de stock, argumentos prefabricados o temas intelectuales que el orador podía adaptar para hacer un discurso más efectivo y atractivo. En los siglos subsiguientes estos elementos propios del lugar común se separaron de la retórica y continuaron “viviendo” en los géneros literarios. Curtius también sugería que los topoi estaban en constante nacimiento. Los topoi eran, entonces, “elementos” repetidos una y otra vez en las tradiciones literarias en formas más o menos reconocibles. Más que puramente formales o estilísticos, eran “contenedores” de ideas; transmisores de contenido discursivo.

Descubrir a Aby Warburg (que influenció a Curtius) fue una revelación. El foco de Warburg era la cultura visual. Le prestaba mucha más atención a *cómo* los

motivos y los significados eran “transportados” a través de los siglos. Como Curtius, también estaba interesado en la influencia de la Antigüedad Clásica en la civilización occidental, pero sus intereses eran más amplios y teóricamente más originales. Su *Pathosformel* fue supuestamente el origen del topos de Curtius. Mediante otro concepto, *Bilderfahrzeuge*, que puede traducirse como “vehículo de imagen” o “transportador”, Warburg conectaba la problemática de las fórmulas migrantes con la cultura material, recordando que las fórmulas siempre necesitan un soporte material. Un fresco o una estatua ecuestre están atadas a una única locación como artefactos singulares. Una imagen impresa en una hoja, un libro ilustrado o una revista son distintos porque pueden ser fácilmente transportados y multiplicados.

Esta es una cuestión importante, que Curtius dejó de lado. En la cultura de medios contemporánea hay múltiples canales de distribución y formas materiales que transportan topoi. Un topos puede manifestarse en películas, en la arquitectura de computadoras, en el diseño de interfaces, en los aspectos navegacionales o en los personajes de los videojuegos, en el diseño de tapas, en publicidades, grafitis, tatuajes y en muchos otros lugares. Localizar todas las variantes de un cierto topos es una tarea desafiante. Los motores de búsqueda en internet pueden ayudar, pero no hay una forma segura de encontrar todo. Existen los descubrimientos por casualidad, y a menudo los aprovecho. Es importante mantener los ojos y los oídos abiertos; los topoi pueden esperar en cualquier parte. Como los Pokémon, deben ser capturados cuando se los encuentra, y luego integrados en una “visión más amplia” que se forma de a poco.

Para resumir, un topos es una cierta idea, pensamiento o “imagen” que migra y que se repite tantas veces que deviene un lugar común o cliché. Se le otorgan nuevas interpretaciones y sus elementos son modificados, entremezclados y hechos un “collage” junto con otros topoi. En lo que respecta a los “memes, tropos o motivos”, los límites nunca son absolutamente claros, porque estas y otras nociones (como la de *Pathosformel*, el esquema, la metáfora, el símbolo, etc.) son utilizados dentro de diferentes sistemas conceptuales que pueden no ser compatibles entre sí. Supongo que puede decirse que un topos es un “motivo” repetido encapsulado en un “vehículo” que le permite sobrevivir y ser transportado en el tiempo y el espacio. Un topos también puede manifestarse como metáfora, etc.

Trato de mantenerme lejos de la noción de “meme” introducida por Richard

Dawkins y aplicada por la memética. La analogía entre el “acervo génico” y el “acervo de memes” es demasiado esquemática para mí. Las cualidades de los replicadores genéticos exitosos son, de acuerdo con Dawkins, la longevidad, la fecundidad y la fidelidad de copiado, pero ninguna de ellas aplica para la cultura en forma inequívoca. Un motivo cultural exitoso puede tener una vida corta, larga o cíclicamente revivida. El éxito depende de factores *contextuales* más que de la competencia “ciega” entre memes. Muchas formas culturales proliferan por imitación, pero la “fidelidad de copiado” no es siempre un aspecto dominante. Puede aplicar a las carteras de Louis Vuitton falsificadas, a los smartphones clonados o al software de computadora copiado ilegalmente, pero la mayor parte de la creatividad cultural se basa en variaciones y modificaciones que son caprichosas e inesperadas; “infieles”. El gusto, la casualidad y las conjeturas culturales importan.

En lo que respecta a la memética, no ha logrado aplicar sus teorías para producir investigaciones empíricas convincentes o incluso para decidir qué constituye exactamente el meme como unidad de análisis. El rastreo de los caminos migratorios de la canción *Auld Lang Syne* (el ejemplo favorito de Dawkins) no requiere ninguna analogía genética; tiene más sentido rastrearla y conceptualizarla como un topos. Ni las definiciones externas (el meme como un objeto perceptible, un signo) ni las internas (el meme como una invención en el cerebro) han sido convincentes. El concepto se ha mantenido a la vez muy general y muy vago como para arrojar nuevas luces sobre los ejemplos particulares en los estudios de caso.

El problema más fundamental era inherente a la propuesta original de Dawkins. En vez de recurrir a las ciencias culturales y sociales, trató de analizar la cultura con métodos y conceptos de campos no relacionados —la biología evolutiva, la genética, la ciencia cognitiva y la neurociencia—. Por lo tanto, se privó de aprehender las cualidades estratificadas, engañosas, imprecisas y “erráticas” de los procesos culturales, así como sus aspectos semánticos y discursivos “desprolijos”. En los campos de batalla discursivos, rara vez hay ganadores claros o “memes exitosos”. La cultura es un concierto de voces cacofónicas, donde los momentos de armonía son raros y momentáneos.

En lo que estoy *muy* interesado es en los “memes de internet”. Excepto por la palabra “meme” poco tienen que ver con Dawkins. De alguna manera se encuentran reducidos a “cosas meméticas”, que han sido importantes en el “tráfico” online y en la comunicación. Lo que estoy tratando de desentrañar es su relación

con los topoi. Existen ciertas similitudes, particularmente cuando vemos formas bien conocidas como “macro memes de imágenes”. Todo se ha acelerado enormemente. Las transmisiones y las transformaciones que tomaban siglos ahora toman minutos o segundos. ¿Estamos hablando de lo mismo o de algo diferente? Aún no estoy seguro.

¿Cómo se relaciona su concepto de topos con el problema de la ideología? ¿Es la ideología aún una idea relevante para el análisis de medios? ¿Piensa que la arqueología de medios nos puede ayudar a entender la política de la posverdad, las fake news o el uso de la big data?

Como dije, un topos funciona como un contenedor móvil, un “vehículo” o “recipiente” de contenido. Ernst una vez me escribió acerca de su interés en los *topoi no-culturales*, lo que para mí no tiene ningún sentido. Para mí un topos nunca puede ser una forma pura, como un elemento o estilo repetido. De acuerdo con Ernst, su perspectiva de arqueología de medios “privilegia un método de ordenamiento de imágenes basado en la forma (ya conocido desde el trabajo del controversial historiador de arte Heinrich Wölfflin)”. Ernst está interesado en crear un sistema automático de búsqueda de imágenes online que pueda asociar imágenes visuales en la big data sin recurrir a la metadata textual. Si el sistema funcionara podría ser una herramienta de investigación interesante, pero deberíamos tener cuidado de mantenerla lejos de las manos de los agentes gubernamentales y empresariales, quienes estarían bien dispuestos a usarla para la vigilancia, la caracterización del enemigo, el marketing, etc. (apuesto a que ya tienen este tipo de sistemas en funcionamiento).

El formalismo puro tiene solo valor instrumental para mí. El sistema de Ernst tendría una importancia limitada para el tipo de arqueología del topos que practico. Por supuesto, podría revelar material en crudo útil, y tal vez permitirnos crear “cartografías del topos”. En ese sentido, funcionaría como un “arqueólogo automatizado”, que es la parte prometedora. Sin embargo, estas búsquedas harían solo parte del trabajo. Ofrecerían poca información acerca de los “significados profundos” y contextos específicos de las imágenes. Por razones similares tengo dudas acerca de la “analítica cultural” de Lev Manovich. El análisis algorítmico de la big data revela patrones visuales y regularidades, pero su potencial para explicar determinantes semánticos y significados profundos y más específicos es limitado. Hasta donde yo lo veo, solo pueden ser desentrañados por el poder del cerebro humano.

En lo que respecta a la ideología, los topoi se ofrecen para objetivos persuasivos como la publicidad y la propaganda política. Aquí vemos una conexión con sus orígenes en la teoría de la retórica. Pueden ser efectivos y peligrosos, porque aparecen en muchas formas distintas. El historiador cultural Peter Burke escribió algo que aplica a este aspecto de los topoi: “La fachada de la tradición puede ocultar innovación”. También lo invirtió: “La aparente innovación puede ocultar la persistencia de la tradición”. Para mí es exactamente así como funcionan los topoi. Prosperan en la mascarada de la cultura y se muestran con ropajes atractivos, pero ocultan agendas tras sus máscaras. Algunas de las agendas son benignas o solo tonterías, mientras que otras son dañinas y siniestras.

Los topoi transportan fragmentos de ideología, pero debemos preguntarnos qué tan sólidas, coherentes o fragmentarias son esas ideologías. ¿Tal vez sobreviven solo en esos fragmentos? Estos son por supuesto problemas que Foucault ya discutía. Mediante el reemplazo de episteme por *dispositif* en su trabajo tardío reconoció la complejidad y la desprolijidad de los entornos discursivos, la dificultad de aprehenderlos *in toto*, y su incoherencia inherente. Los últimos trabajos de Foucault ofrecen grandes formas de reflexionar sobre la cultura online actual desde la perspectiva de la (no-/pos-) ideología. Esta cuestión es particularmente pertinente cuando pensamos sobre los memes de internet y todas las (aparentes) bromas y pastiches que circulan online. Si son fragmentos de ideología, debemos preguntar dónde está la ideología y quién la apoya, influencia y/o socava.

Cualquiera puede hacer un meme “gracioso” apropiándose de una imagen de Napoleón sin tener idea de quién fue Napoleón, cuándo vivió o qué representaba. La figura reconocible es suficiente. ¿Hasta qué punto podemos relacionar estos memes con la larga tradición de topoi inspirados en Napoleón como caricaturas políticas? Es tentador concluir que hemos encontrado un recipiente vacío. Los contenidos pueden haber sido tirados por la borda durante el “viaje” y nunca reemplazados. Sin embargo, también hay memes que a sabiendas modifican y comentan motivos antiguos. Esto sucede cuando Donald Trump es caracterizado como Napoleón Bonaparte. La posición ideológica puede no ser muy profunda, pero la sátira al menos tiene cierta perspectiva; trata de decir algo.

He pasado una enorme cantidad de tiempo rastreando topoi, pero no solo por el entretenimiento del ejercicio intelectual. El objetivo, que revela mi postura vanguardista iconoclasta, es romper su hechizo. La tarea tal vez parezca desesperada, pero la semiótica puede ayudar. La arqueología de medios como estudio

del topos ayuda al observador a reconocer a los topoi por lo que son y a revelar las agendas ocultas y las posiciones ideológicas que encarnan. Es una perspectiva de percepción cultural reforzada con consecuencias políticas (en un sentido filosófico amplio). Los topoi son usados para limitar y manipular nuestras vidas. Nunca nos podemos librar completamente de ellos porque el poder de la tradición es abrumador, pero podemos adoptar una posición activa, por ejemplo, usando los topoi en el espíritu del *détournement* situacionista para diseñar contra-estrategias. Desarrollar una “conciencia del topos” es el primer paso. Tomar el control de los topoi significa tomar el control de nuestras propias vidas.