

CULTURA MEDIA-ELECTRÓNICA Y SUBJETIVIDAD EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

Cuauhtémoc Nattahí Hernández Martínez*

“Sostendré que los sujetos se constituyen de manera diferente si una buena parte de su experiencia de comunicación se realiza por intermedio de un discurso/práctica electrónico. En sus últimos años, Foucault trabajaba sobre la constitución del sujeto; hay que incluir el modo de información en su proyecto.”

Mark Poster en Foucault, marxismo e historia.

“La palabra, es decir, la que guarda y dice el sentido del mundo, se ha degradado por la velocidad mediática. Desde el periódico de Péguy hasta Twitter y Facebook de nuestra época, pasando por internet, la palabra ha dejado de ser pensamiento para convertirse en un mensaje relámpago o en una ocurrencia cuyo destino es el inmediato olvido.”

Javier Sicilia en “La palabra y el ruido”.

Resumen

¿Qué cambios ocurren en la experiencia de nosotros mismos en estas nuevas condiciones sociales objetivas? ¿Qué modo de subjetivación hacen posible estas nuevas prácticas sociales? ¿En qué tipo de sujeto nos convertimos cuando cada vez más ámbitos de realidad están mediatizados, informatizados o virtualizados? Estas son algunas de las preguntas que generan una revisión de la construcción de la subjetividad en esta era videoeléctrica desde la mirada filosófica y autores como Michel Foucault.

Es éste un acercamiento a la “plétora oferta hiperlúdica y seductora que promueve lo instantáneo sin historia como un nuevo absoluto, como un nuevo Dios al cual se consagra la vida”.

*Académico de la Universidad del Valle de México-campus Querétaro y de la Universidad Autónoma de Querétaro.

nattahiher@yahoo.com.mx

Es ya un lugar común señalar a la nuestra como una sociedad de la información o de la comunicación total. Términos como “internet”, “chats”, “e-mail”, “autopistas de información”, “realidad virtual”, forman parte ya del habla cotidiana e indican la progresiva y constante incorporación de la red en la vida cotidiana de las personas. Otro tanto ocurre cuando

se habla del impacto que tienen los medios masivos de comunicación en los imaginarios sociales y en la vida de las personas o de los crecientes escenarios virtuales que pueblan cada vez más los espacios privados y públicos. Mediatización, informatización y virtualización forman, en este sentido, un puzzle con el que las personas refieren las transformaciones sociales recientes ocurridas debido a la revolución microelectrónica en curso.

De igual forma, poco a poco vamos conociendo los resultados de investigaciones que desde diferentes frentes disciplinarios muestran los impactos que tienen estas nuevas tecnologías en el entramado social, en las prácticas de los sujetos y en la psicología de las personas. Aparecen estudios que muestran cómo afecta el internet la intimidad de las personas o cómo su uso excesivo puede desarrollar una cierta adicción en las personas que aumenta la depresión y la soledad. Aparecen conceptos como ciberludopatía en el ámbito de la psicología clínica y los sociólogos empiezan hablar de “desensibilización social”.

Sin embargo, es poco lo que sabemos sobre cómo hacemos la experiencia de nosotros mismos en tanto sujetos en el seno de estos nuevos dispositivos y mecanismos, esto es, cómo somos llevados a ser sujetos de un cierto tipo en el seno de estos nuevos entramados práctico-discursivos.

¿Qué modo de subjetivación hacen posible estas nuevas prácticas sociales?

Hace falta –para decirlo de otro modo- analizar cómo nos subjetivamos, en el sentido en que Michel Foucault le daba a este término: aquellos complejos procesos por los cuales nos constituimos como sujetos de un cierto tipo en y a través de la trama del poder (Foucault, 2003). La perspectiva teórica foucaultiana sobre la formación del sujeto rompe, como se sabe, con el tradicional individualismo metodológico de las Ciencias Sociales que presupone -dicho de forma abrupta- a un individuo preformado ya antes de la dinámica social, como si se tratase de un núcleo irreductible o de una entidad sustancial. Y con la categoría de subjetivación trata de analizar, antes bien, los procesos continuos de poder que someten los cuerpos, guían los gestos, rigen los comportamientos, organizan los estados

mentales o espirituales. Esto es, analiza en sus obras cómo se han constituido los sujetos a partir de la multiplicidad de los cuerpos, de las fuerzas, de las energías, de las materialidades, de los deseos, de los pensamientos en el seno de los entramados práctico-discursivos del poder (Foucault, 1992). Hace falta, pues, como en el epígrafe con que comenzamos, saber cómo se constituye el sujeto al interior de estos nuevos tejidos sociales.

Por ello, a nuestro juicio, es necesario emprender una reflexión profunda desde el ámbito de la filosofía sobre este nuevo horizonte humano que se abre ante nuestros ojos. ¿Qué cambios ocurren en la experiencia de nosotros mismos en estas nuevas condiciones sociales objetivas? ¿Qué modo de subjetivación hacen posible estas nuevas prácticas sociales? ¿En qué tipo de sujeto nos convertimos cuando cada vez más ámbitos de realidad están mediatizados, informatizados o virtualizados? Serían algunas de las preguntas que se tendrían que responder.

Por lo pronto –y para salir al paso-, queremos aquí esgrimir una modesta reflexión preliminar en torno a esas cuestiones.

De acuerdo a lo anterior, en primer lugar, tendríamos que empezar por hacer notar las diferencias cualitativas de estas nuevas experiencias sociales. Esto es, tendríamos que iniciar por otorgarles plena carta de realidad.

La revolución microelectrónica, los avances en telecomunicación, así como el crecimiento apabullante del internet, poco a poco han consolidado una cultura videoelectrónica que viene a sustituir a la antigua y tradicional cultura gráfica en la que vivieron nuestros abuelos. Se ha pasado de una cultura basada en el texto a una cultura basada en la imagen, a una cultura media-electrónica.

Esta época videoelectrónica que se va consolidando no es sino el mundo pletórico de datos, frases, íconos, imágenes y sonidos electrónicos en que vivimos, cada vez más frecuentes tanto en escenarios públicos (como la ciudad y los lugares públicos) como en los escenarios privados. Vivimos inmersos en una apabullante y diversa cantidad de datos e imágenes. Se trata de un volumen de información tan profuso e inabarcable que es por sí mismo parte de los escenarios en donde nos desenvolvemos todos los días. Y esto se debe, por supuesto, a que los nuevos instrumentos de interconexión, o al menos sus contenidos, los encontramos por doquier. Llega a tal grado nuestra inmersión en estos contextos que las nuevas tecnologías y los diversos medios de comunicación se han convertido en los espacios de interacción social por excelencia y en las instancias socializadoras hegemónicas. La Asociación para la Alfabetización Audiovisual (AML), con sede en Toronto, señala que poco antes de terminar la educación secundaria un estudiante típico –de las sociedades primermundistas- pasa unas 11 000 horas adentro de la educación formal, otras 15 000 horas frente al televisor y 10 500 horas escuchando música pop. Además de otras miles de horas dedicadas a otros medios de comunicación, como el cómic, los videojuegos, el cine y la internet.

La socialización tradicional en la que las personas tenían un contacto directo con el mundo y con sus iguales es sustituida por una socialización media-electrónica

La socialización tradicional en la que las personas tenían un contacto directo con el mundo y con sus iguales es sustituida por una socialización media-electrónica, dice Castells, en la que los instrumentos informáticos son los que nos suministran cada vez más nuestras experiencias del mundo, de nosotros mismos y de los demás (Castells, 1997). La televisión, la internet, etc., etc., aparecen como las instancias socializadoras hegemónicas desplazando a instituciones tradicionales de viejo cuño como la familia o la escuela. Y llegan a convertirse en las instancias suministradoras privilegiadas de nuestras percepciones y experiencias.

Por supuesto, los que viven esta tecnocultura como una especie de epidermis son los propios jóvenes o, por lo menos, un buen porcentaje de ellos, aunque si bien de diferente manera y bajo diferentes condiciones. El consumo de las nuevas tecnologías del *chip*, el empleo de la tecnología digital, de las pantallas electrónicas y de los videojuegos es un hecho abrumadoramente cotidiano y naturalizado entre los jóvenes. Es cierto que las posibilidades de acceso a las tecnologías de la información son socialmente diferentes, cierto también lo es que, en este sentido, el consumo de tecnología está atravesado por la lógica de las clases sociales y que –como se ha señalado a nuestro juicio muy oportunamente- crecen debido a ello las diferencias entre los “entretendidos” y los “informatizados”. Pero de lo que no hay duda, en cualquier caso, es que las nuevas generaciones

son la primera generación que vive esta singular combinación de mediatización e interconectividad como su mundo vital inmediato.

“Los jóvenes actuales -dice Néstor García Canclini- son la primera generación que creció con la televisión a color y el video, el control remoto y el zapping, y una minoría con computadora personal e internet.” Si antes -continúa el autor- se trataba de saber qué significaba ser la primera generación que vivió la televisión como un componente habitual de la vida familiar, ahora se trata de entender cómo nos cambia la espectacularización permanente a distancia (García, 2004: 48).

Se trata, en este sentido, de saber qué cambios se producen en el horizonte de lo humano con la invasión cotidiana de estos nuevos mecanismos y tecnologías.

Frente a la cultura de la palabra y el texto escrito, el hipertexto no es sino un mundo laberíntico sin principio ni fin

Giovanni Sartori, entre otros más, ya desde una perspectiva más crítica nos dice que somos llevados a una nueva modalidad perceptiva que pone en jaque nuestro horizonte cognitivo. Este nuevo *homo videns*, cambia sus nociones de tiempo y espacio en relación a la cultura de los viejos sapiens de la palabra y el texto escrito. Estamos frente a la primera generación de jóvenes videoformados, dice Sartori. La hegemonía que alcanzan los nuevos escenarios y, por lo tanto, los nuevos ambientes de percepción nos refiere, en este sentido, toda una dinámica transformadora del propio sujeto. No se trata de un mero estar frente a una pantalla cual objeto inerte, sino de un objeto que me subjetiviza profundamente de una cierta manera. Hay un poder subjetivador profundo en esta relación y sus nuevos lenguajes, dice Sartori. Cuyo resultado es la producción de nuevos sujetos. No se trata de la dimensión del poseer, sino del ser (Sartori, 1997).

Frente a la cultura de la palabra y el texto escrito, el hipertexto no es sino un mundo laberíntico sin principio ni fin, que no lleva a ningún objetivo claro, que nos pierde entre cientos y miles de relatos horizontalizados, banalizados, sin decir su última palabra. En cambio, frente al hipertexto, el texto lineal no es sino un relato aburrido, pobre, lento que no permite la comprensión de los contextos, de los nudos y las relaciones. En ambos se privilegia una cierta alfabetización. En la cultura del texto, se privilegia sobre todo una alfabetización tradicional basada en la lecto-escritura, mientras en la cultura del hipertexto una nueva alfabetización digital centrada en la descodificación de mensajes audiovisuales que no requiere ningún tipo de enseñanza previa.

El zapping y la lógica hipertextual posibilitan un modo de ver fragmentado, discontinuo, rápido e incompleto, una nueva modalidad perceptiva frente a la cultura de la palabra y el texto escrito centrada en la descodificación lineal, jerarquizada, ordenada y completa que posibilitaba un estilo lineal de escribir y de leer.

Nos faltarían aquí muchos más elementos para poder emitir un juicio definitivo sobre si esta nueva modalidad perceptiva constituye por sí misma un avance, un progreso respecto a lo anterior –como no se cansan de repetir los fanáticos y los ideólogos de la “sociedad del conocimiento” o de la “sociedad de la información”-, pero también nos faltarían elementos suficientes para poder decir que constituyen un retroceso.

De lo que no cabe duda es que *las posiciones de subjetividad* que nos exige el multitasking y el hipertexto de secuencias lógicas no lineales se complementan con las posiciones de subjetividad que nos exige el mundo de imágenes y pantallas de las nuevas industrias culturales con su lenguaje icónico, con su pregnancia e inmediatez. Entre el hipertexto, que liquida el proceso secuencial serial por un acceso en paralelo a múltiples opciones de registros en forma de redes, y el galope interminable de imágenes, que dificulta la toma de distancia y de reflexión, existe una extraña y misteriosa complementariedad que no puede sino suscitar inquietud. Nuestra visión de la subjetividad está apoyada con particular fuerza en el concepto de posiciones de sujeto de Michel Foucault que representa la forma esencial de los procesos de subjetivación. En sus libros son los discursos, las arquitecturas, los entramados práctico-discursivos los que solicitan ciertas formas de subjetividad y, en este sentido, nos podemos preguntar, por ejemplo: ¿Qué posiciones de subjetividad nos exigen los nuevos formatos de la cultura digital?

Néstor García Canclini, en el artículo anteriormente citado, reflexiona en torno a las nuevas temporalidades consagradas al instante en que se refugian las culturas juveniles, ante una época que no les abre futuro político, social, económico alguno. Se trata de una nueva gestión social del tiempo que sistemáticamente nos aboca a tener que vivir en el instante y en el fragmento de forma permanente.

La velocidad de la sucesión de los mensajes audiovisuales, la abundancia inabarcable de información y entretenimiento de consumo rápido, la velocidad de los videoclips, la intensidad aleatoria del zapping y el hipertexto conforman, en este sentido, un entramado que nos exige mantener una posición de subjetividad abocada al instante y al fragmento.

¿Qué posiciones de subjetividad nos exigen los nuevos formatos de la cultura digital?

Así lo expresa García Canclini: “Es posible interpretar que, ante las dificultades de saber qué hacer con el pasado y con el futuro, las culturas jóvenes se consagran al presente, se consagran al instante: chateos simultáneos en internet, videoclips y música a todo volumen en las discotecas, en el coche, en la soledad del *walkman*; instalaciones que duran el tiempo en que estará abierta la exposición, *performances* sólo visibles el día en que se inaugurará; sonido Dolby en los cines, anunciado al comienzo de la proyección, como si la estridencia digitalizada enorgulleciera

tanto como la película que se nos va a mostrar en las multisalas, pequeñas no sólo para optimizar la mercantilización de espacios de entretenimiento, sino para amontonarnos cerca de la pantalla e intensificar la violencia de los filmes, la sucesión de instantes en que se atropella la narración. La hiperrealidad de lo instantáneo, la fugacidad de los discos que hay que escuchar esta semana, la velocidad de la información y la comunicación barata que propicia el olvido” (García, 2004: 49).

En la velocidad de los ritmos de la música comercial y más popular, en las cortas y casi instantáneas secuencias del cine comercial —que dejan atrás los largos planos—, en la mayoría de las páginas web, en la mayoría de los mensajes audiovisuales de los medios de comunicación, en la publicidad, en las consolas de juego de última generación, a través de los celulares, etc., etc., se gestiona de una cierta manera el tiempo en la medida en que todos estos registros nos exigen posiciones de subjetividad consagradas al instante y a la dinámica escurridiza de los fragmentos.

La exaltación del instante a través de todos estos registros se complementa en la vida cotidiana, evidentemente, con la rápida circulación de mercancías en los anaqueles, con la muerte planificada de nuestros objetos cotidianos, con la rápida desactualización de nuestros artefactos electrónicos e incluso con la inestabilidad de los movimientos de las inversiones y ganancias, con los cambios en las cotizaciones de cada día.

Así como las políticas industriales y las políticas publicitarias, del mismo modo las políticas financieras y de gestión de los capitales son modos de gestionar el tiempo; crean narrativas que reconstruyen cierta temporalidad y cierta forma de subjetividad.

Poner de relieve las intencionalidades ocultas a que responde esta gama casi infinita de entretenimiento y adocenamiento

En cualquier caso, en relación a los registros de que nos venimos ocupando, se trata de una plétora oferta hiperlúdica y seductora que promueve lo instantáneo sin historia como un nuevo absoluto, como un nuevo Dios al cual se consagra la vida. Una “Sociedad del vértigo” se ha dicho. “Modernidad líquida”, dice Zigmunt Bauman.

Sin menospreciar estas nuevas claves interpretativas de la teoría y filosofía social, a nuestro juicio, habría que, por un lado, seguir ponderando las transformaciones subjetivas que conlleva la irreflexividad y desmemorización a que nos obliga la brutalidad –como dice Scott Lash- de la mediatización e informatización crecientes; y, por otro, tratar de poner de relieve las intencionalidades ocultas a que responde esta gama casi infinita de entretenimiento y adocenamiento (Lash, 2002).

Al igual como Jean Baudrillard en *El sistema de los objetos* mostró que los objetos de uso cotidiano no eran transparentes sino que estaban fetichizados y rebosaban de ideología pro-capitalista, del mismo modo nos debemos preguntar a qué entramado de intencionalidades ocultas responden estos nuevos dispositivos tecnológicos que conforman al sujeto de una cierta manera como hemos visto. Y lo debemos empezar a hacer porque, después de todo, lo que está puesto en entredicho en la cultura video-electrónica, en la mediatización e informatización brutal, no es sólo el tiempo o la palabra, como dice Sicilia, sino, a través de ello, nuestras propias vidas.

REFERENCIAS ■

Foucault, Michel (2003) *Vigilar y castigar Nacimiento de la prisión*, México: Siglo Veintiuno.

Foucault, Michel (1992) *Microfísica del poder*, Trad. Julia Varela y F. Álvarez-Uría, Madrid, Ed. La piqueta. <http://www.aml.ca/> [Consulta enero de 2007]

Castells, Michel (1997) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. I. *La sociedad red*, Alianza, Madrid.

García Canclini, Néstor (2004) “Culturas juveniles en una época sin respuesta” en *Jóvenes*. Revista de estudios sobre la juventud, año 8, núm. 20, México DF, enero-junio 2004.

Sartori, Giovanni (1997) *Homo videns. La sociedad teledirigida*, España: Taurus.

Lash, Scott (2002) “El retorno de lo real”, artículo publicado en el Suplemento Cultura, diario *Clarín*, Argentina, 1 de junio de 2002. Disponible en: <http://www.con-versiones.com/nota0112.htm> [Consulta mayo 2013].