

editorial

En su libro *La era digital* Don Tapscott menciona que el mundo era muy diferente en 1997: no había Google ni Facebook, YouTube, Twitter ni BlackBerrys. En ese mismo año, Manuel Castells publicaba su libro *La era de la información* en el cual sostiene que tanto las nuevas tecnologías de información como la reestructuración del capitalismo estaban induciendo a una nueva sociedad, la sociedad red. Más de diez años después, en su reciente libro, *Comunicación y poder*, Castells advierte que la cultura global en la sociedad red «es una cultura de la comunicación por la comunicación».

El mundo que aún no aparecía en 1997 hoy se ha tornado una realidad, y en gran parte se ha debido a la transición de lo mediático hacia lo posmedial pues, como dijo también en su momento Castells, en esos ámbitos se ha estado dando forma al mundo, a la vida de todas las personas, y eso no es cualquier cosa, sobre todo si tomamos en cuenta lo que expresa en su nuevo libro: que la comunicación proveniente de las redes digitales «influye decididamente en la forma de construir y desafiar las relaciones de poder en todos los campos de las prácticas sociales, incluida la práctica política», todo ello porque el poder en la sociedad red «se erige en el sistema de procesamiento de símbolos fundamental de nuestra época».

Calibrar esto puede realizarse a través de tomar distancia de lo que se está formando en el presente y disparar las proyecciones a futuros inmediatos; pero igualmente, al ver lo que tiene de profundo la comunicación en sus impactos recientes mirando al pasado, como es la propuesta del filósofo Peter Sloterdijk, al pensarlos a través de la «lógica arcaica», como fue el desarrollo de la primera naturaleza medial: la búsqueda de la convergencia entre un cerebro y otro, donde «lo interaparativo está relacionado con lo intersubjetivo», y que más adelante seguiría una pauta de desarrollo tecnológico, un despliegue exacerebral, con el mismo objetivo: la convergencia de cerebros, de intersubjetividades, que conformarían aquello que el etnobotánico Terence McKenna llamó la «gnosis colectiva, una comprensión colectiva de nosotros mismos y de nuestro mundo», que se vuelve invisible y se mueve en lo inconsciente porque se convierte en aquello que define «por nosotros lo que podemos pensar». Es decir, se convierte en cultura. Esto también es parte de lo que podría dar claridad a aquello que respondía el investigador de medios de comunicación Roger Silverstone, cuando se preguntaba, ¿por qué estudiar los medios?, y respondía: porque son centrales en nuestras vidas, porque son «la textura general de la experiencia», es decir, porque son parte de las formas como vivimos, pensamos, construimos mundos comunes, colectivos, intersubjetivos.

Es por ello que propusimos a la cultura posmedial como el tema central del presente número de la revista **Entretextos** y creemos que con ello hemos podido armar una imagen, un breve horizonte, de algunos de los entornos alrededor de los cuales se está conformando la cultura que proviene de lo posmedial: redes virtuales y sociales, estéticas y narrativas visuales, arquetipos y mundos simbólicos —tanto arcaicos como posmodernos— que trabajan en la conformación de subjetividades, relaciones y que se materializan en actos y prácticas culturales, en ámbitos de vida y actancias comunales y sociales, conglomerados de afectividades, códigos de representación de lo real, de lo efímero, de lo que se consume porque tiene las huellas del espectáculo, el entretenimiento, pero también porque tiene las marcas de las nuevas pautas de socialidad y de individuación: porque se asume como propio en una era que todo parece disolverse. Todo ello está formando la nueva «gnosis colectiva», lo que está definiendo lo que podemos pensar, conocer y hacer en el mundo. No es cualquier cosa. ■